
Reconfiguração das relações amorosas nas redes sociais: um estudo de caso do aplicativo Tinder¹

Francisca Stefanne Orana ALVES SOBRINHO²
Lorena de Sousa LINHARES³
Juliana Fernandes TEIXEIRA⁴

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Este artigo tem como objetivo mostrar as características dos relacionamentos amorosos desenvolvidos nas plataformas digitais e investigar como se dá a construção da imagem do usuário nesses ambientes. Para tanto, utilizamos a perspectiva qualitativa do estudo de caso, a fim de que possamos entender como as ferramentas dispostas pelo site influenciam o indivíduo na construção das suas relações e como elas interferem na visão deste a respeito da construção da sua própria imagem. A pesquisa nos revela como o aplicativo Tinder se utiliza da sua interface para guiar o comportamento do usuário e incitar o estabelecimento de relações no mundo virtual, tornando-a mais atrativa e mais comum na vida em sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Relacionamentos; Redes sociais; Pós-modernidade; Performance; Tinder.

INTRODUÇÃO

O entrecruzamento entre mídia e sociedade provocou transformações no modo das pessoas se relacionarem no mundo virtual e no mundo real. Com isso, nascem e se popularizam rapidamente os sites de relacionamentos amorosos, que ganharam bastante espaço no mercado e incutiram uma nova experiência na vida dos usuários, o de se relacionar virtualmente. De acordo com Bauman (2004), estamos vivendo na pós-

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia/ IJ 5 – Comunicação Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação. 7º período do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFPI, e-mail: stefanneohana@gmail.com

³ Estudante de Graduação. 7º período do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFPI, e-mail: lorenalnrs06@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFPI, e-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

modernidade, tempos em que cada vez mais os relacionamentos estão migrando para ambientes em que a noção de compromisso e envolvimento emocional é dissolvida e substituída pelo prazer imediato.

Com o advento das novas tecnologias de informação, as interações tornaram-se cada vez mais individualistas e momentâneas. Nesses ambientes, as pessoas/participantes são percebidas em sua maioria pela imagem e não por quem realmente são, fato que contribuiu para que houvesse uma transformação na ideia do amor romântico e duradouro impetrado no seio da sociedade com a valorização do estabelecimento de laços frouxos e transitórios.

O Tinder, nosso objeto de estudo, é o aplicativo mais popular do mundo para se conhecer novas pessoas. Ele surgiu nos Estados Unidos no final de 2012 e chegou ao Brasil em 2013. Com uma média de 20 bilhões de *matches* até hoje, o aplicativo procura pessoas baseando-se na geolocalização e nos interesses do usuário, tudo isso através da conectividade com o *Facebook*, fato que proporciona mais de 26 milhões de *matches* diários ao redor do globo. O cadastro é gratuito, mas de acordo com as necessidades do usuário, a plataforma oferece também versões pagas.

Percebendo o impacto de aplicativos como esses na vida em sociedade é que foram definidos o tema e os problemas deste artigo. Por que os relacionamentos virtuais parecem mais atrativos que os presenciais? De que forma as tecnologias favoreceram essa nova forma de se relacionar?

Diante disso, o objetivo deste trabalho é mostrar as características dos relacionamentos amorosos desenvolvidos nessa plataforma e investigar como se dá a construção da imagem do usuário nesses ambientes. Para tanto, foi realizado um estudo de caso do aplicativo Tinder, fazendo uma análise qualitativa das ferramentas oferecidas pelo app, a fim de que possamos compreender como elas influenciam o indivíduo na construção das suas relações e de que forma elas interferem na visão deste a respeito da construção da sua própria imagem.

Para isso, abordaremos a respeito do impacto das tecnologias na vida em sociedade, passando pela popularização dos sites de relacionamentos e como se deu a construção do amor ao longo dos anos. Além disso, discorreremos a respeito das teorias do amor líquido de Zigmunt Bauman, para tratar da fragilidade dos laços, e da performance social de Erving Goffman, para falar sobre o gerenciamento da imagem e

posterior construção dos atores sociais. Por fim, analisaremos o objeto de estudo, Tinder, levando em conta as teorias acima explicitadas.

1 IMPACTO DAS TECNOLOGIAS NA VIDA EM SOCIEDADE

Com o crescente desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, é inegável que de alguma forma esse ritmo acelerado de transmissão de informação e interação começaria a impactar as relações interpessoais dentro da sociedade contemporânea. A partir daí, muita coisa mudou. As formas de se fazer negócio, de formar novas amizades, de entrar no mercado de trabalho e principalmente de começar um relacionamento amoroso, sofreram, e ainda hoje sofrem, modificações devido à facilidade de conexão proporcionada pela rede.

Tais mudanças se devem, em grande parte, a popularização mundial dos *smartphones*, que dotados de aplicações mobile⁵, trouxeram enormes facilidades para o usuário, como: melhor utilização dos recursos de interface do celular, uso mais rápido do dispositivo, menor custo de acesso, disponibilização de conteúdos no modo *offline*, ou seja, sem conexão com a internet e muitas outras.

Segundo o estudo “*Google Consumer Barometer*”, divulgado no início de 2017, no Brasil, em 2012, apenas 14% da população brasileira possuía smartphones, enquanto no ano de 2016, cerca de 62% dos brasileiros já possuíam os dispositivos móveis, o que indica um crescimento de mais de 450% em apenas quatro anos. Hoje, o Brasil superou a marca de um smartphone por habitante, o que representa cerca de 220 milhões de celulares ativos no país, de acordo com a 29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologias de Informação na Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), e configura-se como o quinto país do mundo com o maior número de dispositivos móveis.

O termo “relacionamento on-line” não é relativamente novo. Datado no final dos anos de 1990 e começo dos anos 2000, a expressão foi marcadamente usada nas salas de bate-papo de grandes portais, além de sites como MSN e ICQ. No entanto, não se pode negar que nos últimos anos vivemos um “boom” dos relacionamentos virtuais, e

⁵ Aplicativos mobile são softwares utilizados para funções específicas em dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*. Alguns aplicativos são gratuitos, e outros têm um preço. Os aplicativos são destinados a facilitar o desempenho de atividades práticas do usuário assim como para puro divertimento.

o Brasil está dentro dos cinco maiores mercados do mundo em número de usuários desses aplicativos, com cerca de 5 milhões de pessoas aderindo anualmente ao uso dessas plataformas de encontro.

A variedade dos aplicativos é inquestionável. Cada um deles é desenvolvido para atingir um grupo específico com um objetivo específico. Os sites de relacionamentos foram criados com essa característica. Facilidade de encontros, que aqui podemos chamar de primeira interação, e ao mesmo tempo, facilidade de desconexão, haja vista que a não compatibilidade de interação entre os participantes, pode ser resolvida com apenas um *desmatch* entre ambos.

Com isso, fica evidente a reconfiguração das relações amorosas na modernidade, possibilitando-nos, a partir de agora, fazer uma explanação acerca da construção do amor ao longo dos anos.

2 A CONSTRUÇÃO DO AMOR: uma linha do tempo

O conceito de amor utilizado, na grande maioria das vezes, é o romântico, mas, vale ressaltar que o usado nessa pesquisa, é relativo a um relacionamento entre duas pessoas. O amor ao longo dos anos sofreu diversas alterações e hoje temos uma definição considerada absoluta na sociedade. Segundo Araújo (2002, p. 1-2), o amor que conhecemos hoje surgiu na era moderna, no século XVIII com a liberdade de escolha e a paixão. Antes, a união se dava apenas como uma espécie de aliança, um contrato.

No século V, era comum a benção dos casais feita por um padre na porta do quarto dos mesmos, mas com a expansão do cristianismo, tal ato se transferiu para a igreja católica. Séculos depois, somente a igreja poderia realizar casamentos e as relações sexuais só podiam acontecer entre o casal com a intenção de procriação.

Com a revolução burguesa, a configuração muda. A ideologia burguesa estabelece o casamento por amor e isso impõe ao casal que se amem ou, pelo menos, pareçam se amar. O casamento seguirá, ao longo da modernidade, como uma maneira de firmar o amor existente entre duas pessoas, amor este que deve ser eterno. Porém, podemos notar diversas mudanças nas maneiras de se relacionar e até na configuração do próprio casamento. Por exemplo, o divórcio, antes proibido pela igreja católica, passa a se tornar comum na era moderna, pois entende-se que o amor pode se desgastar

ao longo dos anos, fazendo com que duas pessoas se separem por não encontrar felicidade no relacionamento.

Com o crescimento dos meios de comunicação de massa, várias ideias de amor são difundidas na sociedade. A mídia, que tem grande papel influenciador no pensamento da população, passa cada vez mais a interferir nessas relações e vê nesse local, um lugar propício para investir. Na televisão, diversos quadros para encontrar o “par perfeito” são vistos e no jornal impresso, o mesmo acontece.

Na internet, não poderia ser diferente. A facilidade de comunicação nesse meio muda bruscamente a forma de se relacionar amorosamente com outras pessoas. Os sites de relacionamento se tornam cada vez mais populares e com a ajuda dos *smartphones*, estes agora podem ser usados 24h por dia em qualquer lugar que esteja. Além dos aplicativos, redes sociais como o *Facebook* e o *Instagram*, também passam a fazer sucesso com a possibilidade de conversação via mensagens de textos ou de voz.

Os obstáculos do relacionamento cara a cara não existem no mundo on-line, pois agora é possível se conversar com alguém que está a quilômetros de distância em qualquer horário. Isso quer dizer que as paredes de espaço-tempo são totalmente dissolvidas nesse meio. Porém, isso não quer dizer que as relações nesse meio não sejam fragilizadas, como diz Schmitt e Imbelloni (2011, p. 3):

Depara-se nessa sociedade a descartabilidade, a liquidez dos relacionamentos, da exaltação da quantidade ao invés da qualidade, onde os indivíduos valem mais pelo que aparentam ser no exterior do que pelo lado interior, onde nota-se a diminuição tanto do lado complexo como de envolvimento dos relacionamentos, ocorrendo assim muitos fracassos nessas relações.

As relações amorosas estão mudando. O conceito de amor romântico vai perdendo força e a liquidez dos vínculos é evidenciada. Agora mais do que nunca as pessoas buscam um meio onde possam estabelecer laços que facilmente podem ser desfeitos.

3 AMOR LÍQUIDO: a fragilidade das relações virtuais

A versão virtual dos relacionamentos cria uma forma de se comportar e interagir com outras pessoas. Junto com a popularização dos meios de comunicação de massa, o apagamento das fronteiras físicas faz surgir essa nova forma de se relacionar e

de tratar as relações. Como cita Dias (2018, p. 126), “a organização da vida social e dos laços sociais não se dá mais tão nitidamente pela definição de fronteiras espaciais ou temporais. Antes de um encontro, por exemplo, os sujeitos trocam *SMS* o tempo todo e depois do encontro eles o estendem nas redes sociais ou na troca de mensagens”.

Com o advento dos *smartphones*, ficou mais fácil se relacionar virtualmente. Porém, a facilidade com que esses laços são desfeitos mostra a liquidez desse tipo de relacionamento, como comprova Bauman (2004, p. 12), quando ele diz que “Diferentemente 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 usar, compreender e manusear.”

Podemos observar que o relacionamento deixa de ter o significado de duradouro e muda para algo que pode rapidamente ser desfeito, sem maiores explicações e ressentimentos. Cada vez mais, o ato de se comprometer se torna visto com maus olhos e a geração do desapego começa a ganhar força. A virtualização das relações chama mais atenção por ser fácil de começar e mais fácil ainda de terminar. Com isso, os usuários do namoro online se sentem seguros, pois a qualquer momento podem voltar ao mercado, olhar o catálogo e escolher uma nova pessoa. O botão de começar de novo sempre se encontra a disposição.

Ao mesmo tempo em que a tecnologia cria essa sensação de estar perto ela também faz o espaço físico perder seu devido valor. Para Bauman (2004), o advento da proximidade virtual deixa as conexões humanas mais frequentes e mais banais, intensas e breves. As relações terminam sem sombra de nada permanente podendo ser encerrada com apenas um botão. Diferente da aproximação geográfica, não é preciso haver laços preestabelecidos e nem a manutenção dos mesmos. “Estar conectado” dá menos trabalho do que “estar engajado”, porém, nessa perspectiva, é menos produtivo na criação e manutenção de vínculos.

Diferente do que era visto antigamente, o amor deixa de ser sinônimo de laços eternos e ganha uma conotação diferente. A ideia de relação duradoura não é mais vista como algo perfeito e sim sem graça. Para Schmitt e Imbelloni (2011, p. 5), “os vínculos com a tradição foram perdidos, deixaram de ser um espaço sagrado, marcado pelo consumo, onde essas relações estão como produtos, que mantêm a promessa de satisfação dos desejos com o mínimo possível de envolvimento e esforço, sendo

consumido da mesma forma que são fabricados, tendo assim uma data de validade, assim como cada produto possui”.

Além do advento dos *smartphones*, na pós-modernidade, as formas de se relacionar mudaram bruscamente. O homem, que na revolução burguesa via o amor como único e eterno, começa a não querer se prender a apenas uma pessoa e a individualidade acaba se tornando sua marca registrada. Conforme Andrade e Pinheiro (2004, p. 236-312):

A racionalidade que guia a modernidade líquida possui algumas características como: maior cuidado e apreço por si mesmo e pelos próprios interesses, maior preocupação com o prazer, a satisfação pessoal e a felicidade, a busca de depender cada vez menos dos outros e de considerar cada vez menos às demandas destes por atenção e cuidado. A racionalidade da modernidade líquida está sempre analisando os possíveis ganhos e perdas de um investimento, além de não se acreditar na aposta de todas as fichas num único alvo. Exige-se mais dos parceiros e espera-se que os compromissos assumidos não durem para sempre.

Os laços na modernidade líquida são facilmente cortados, assim como as conexões. É muito mais fácil terminar um relacionamento com alguém através de uma tela de celular ou computador do que face a face. Como explica Schmitt e Imbelloni (2011, p. 126), “os relacionamentos da sociedade contemporânea estão sendo balizados pela Internet, pois nela é possível desconectar e conectar a qualquer momento, e sendo assim ocorre o mesmo com as relações [...]”. É por esse motivo que essas relações são tão fascinantes e foram escolhidas como objeto de estudo desse artigo.

4 AS PERFORMANCES SOCIAIS E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM NO MUNDO VIRTUAL

Estamos vivendo na era pós-moderna, como já dizia Buaman (2001), na era em que mostrar ser é mais importante do que o que você realmente é. A cada vez que abrimos as redes sociais, nos deparamos com inúmeras fotos e vídeos dotados da mais bela perfeição. São corpos perfeitos que habitam uma vida perfeita. São textos perfeitos que ensinam como sermos perfeitos e como agirmos com perfeição. Na vida digital tudo parece ser assim. Livre de fronteiras, obstáculos e situações embaraçosas que diariamente acontecem na vida de qualquer cidadão.

Fazendo uma relação do exposto acima com as propostas de Erving Goffman, sociólogo canadense que estudava a representação das pessoas nas interações sociais face a face, podemos dizer que de fato as particularidades das relações desenvolvidas na web 2.0⁶ favorecem o desenvolvimento do que ele chama de teatro social, ou performance social.

Para ele, apesar de seus estudos não estarem voltados para a comunicação tecnologicamente mediada, o gerenciamento da imagem do participante nesses ambientes é algo que pode durar por muito tempo, haja vista que a mediação comunicacional promovida pelas tecnologias é favorecida pela capacidade que esses meios têm de retorno ao “equilíbrio virtual”, o qual chamaremos aqui de cena, fato que é melhor explicitado por Joseph (2000, p.44) em seu livro “Erving Goffman e a microsociologia” quando ele diz que

Os fiascos de uma performance, as gafes e as faltas, põem em perigo seu equilíbrio ritual. Daí a necessidade de repará-los para salvar a situação. [...] as interações face a face são, pois, um domínio estratégico de estudo, não porque ponham em cena as pequenas e grandes manobras do ator social, mas porque estão sob o signo da ameaça e do risco.

As redes sociais, hoje, são os grandes palcos das performances sociais. Segundo Goffman (2007), o palco apresenta coisas que são simulações. É o local onde o ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores.

No Tinder, nosso objeto de estudo, não poderia ser diferente. Analisando melhor, percebe-se que a própria interface do aplicativo nos remete a um grande espetáculo, pois a foto de perfil do usuário ocupa o lugar de maior destaque frente a sua descrição pessoal, que é um pequeno espaço, que vem logo abaixo da foto, destinado para o usuário se apresentar e que geralmente contém informações como: preferências musicais, séries que curte, características pessoais e outros. Goffman (2007) diria que, vai ser com essas informações prévias que o outro usuário vai poder analisar a situação e assim saber o que do seu alvo pode esperar, abrindo espaço para que ele mesmo dirija inteligentemente sua própria atividade/atuação.

⁶Termo utilizado para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, envolvendo wikis, aplicativos, redes sociais, blogs e tecnologia de informação. O objetivo da web 2.0 é trazer mais criatividade, compartilhamento de informações e principalmente interação entre os usuários, promovendo assim a “inteligência coletiva”.

No aplicativo sob pesquisa, os indivíduos estabelecem relações e contatos com uma gama de pessoas diferentes entre si. Com isso, é totalmente “natural” que a cada pessoa que se converse, um personagem diferente seja adotado. Goffman (2007) diria que o intuito principal de tal ação é chamar a atenção de quem se está conversando e fazer com que a relação se estenda e chegue até o nível desejado, que é o encontro físico de ambos. Durante todo esse percurso, sempre há a repaginação do ator e geralmente “o desempenho dos papéis sociais, relaciona-se ao modo como cada indivíduo concebe a sua imagem e a pretende manter” (GOFFMAN, 2007, p. 48).

Resgatando esse pensamento, é possível perceber que muitas vezes as características e gostos presentes na descrição do usuário não casam com as páginas curtidas e, conseqüentemente, com a performance adotada pelo mesmo em outra rede social, que além do mais diverge quase completamente da sua performance na vida real. Sobre esses riscos que o ator assume ao encarar uma performance, Joseph (2000, p. 46) comenta:

[...] o trabalho de figuração consiste ora em dirigir a atividade a outrem, ora em manter a distância social eficaz em relação a um ajuntamento, assim como os limites da comunicação entre diferente públicos ou as normas morais a serem respeitadas. Veremos que o que complica o jogo social e impõe aos atores um mínimo de circunspeção dramaturgica é a necessidade de se expor e de se compor em várias cenas e, portanto, de mudar de código.

Voltando o olhar para o nosso objeto de estudo, é perceptível também que os primeiros contatos entre os participantes do Tinder quase sempre são pautados pela descrição pessoal de ambos os indivíduos, como músicas e séries em comum, haja vista que são esses os reforços identitários fornecidos pelo usuário na hora do cadastro. No entanto, passa despercebido o fato de que tais reforços não necessariamente precisam corresponder à realidade, ele pode ser apenas um pequeno recorte da mesma.

Pode parecer maquiavélico até, mas para Goffman (2007), agimos como atores para que assim possamos alcançar nossos objetivos. É como uma criança que faz todas as tarefas e se comporta bem na mesa, com o intuito de que no final da tarde a mãe deixe ela brincar na calçada. São atuações. Não é o que verdadeiramente se quer fazer ou se quer dizer. Nos bastidores, lugar onde o personagem aflora seu verdadeiro eu, ele pode estar ansiando para aquela situação cesse logo ou que aquele papo sobre algo que ele diz gostar, mas que verdadeiramente não entende nada, acabe. Tudo isso, todo esse esforço contínuo de manutenção das performances sociais servem de estratégias

“modernas” para inflar o ego do ator e assim fazer com que ele alcance os seus objetivos, pois segundo Goffman (2007, p. 67):

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. Muitas vezes não será ele que moldará seu comportamento, e sim seu grupo social ou tradição na qual pertença.

É importante atentarmos para o fato de que para Goffman, "as atividades verdadeiras ou as dissimulações, as crenças, os valores e as emoções do indivíduo, muitas vezes só podem ser verificadas indiretamente, por meio de confissões ou do que parece ser um comportamento involuntário" (GOFFMAN, 2007, p .198).

5 **DEU MATCH:** estudo de caso do aplicativo Tinder

O Tinder é um aplicativo que surgiu nos Estados Unidos no final de 2012, criado por Justin Mateen e Sean Rad, alunos da Universidade do Sul da Califórnia, e chegou ao Brasil em 2013. O aplicativo se baseia na geolocalização e nos interesses do usuário através da conectividade com o Facebook para procurar pessoas.

Para criar a conta, é necessário baixar o aplicativo no seu smartphone. Logo em seguida ele vai dar a opção de criar a conta através do número de telefone ou do Facebook e a partir de dados como nome, idade, profissão, instituição de ensino, fotos e preferências, que são migradas do Facebook, o programa constrói seu perfil. Atualmente, também existe o Tinder para computador e ele segue as mesmas regras para criação do perfil, a única diferença é que pode ser acessado através do site <https://tinder.com/>.

O aplicativo atualmente possui também as versões *Tinder Gold*, onde você paga um valor de R\$ 48,90 por mês e tem acesso a outras funções do aplicativo, como: ver quem deu *like* em você previamente, curtidas ilimitadas, 5 *superlikes* diários e outros. O *Tinder Plus*, que custa R\$ 31,90 por mês e permite acesso aos recursos premium do app, incluindo: passaporte, que conecta você com pessoas do mundo inteiro, o “voltar”, que permite uma segunda chance com alguém e um *Boost* gratuito por mês, deixando seu perfil listado entre os principais da sua área por 30 minutos. E o *Tinder Select*, um serviço vip para celebridades e pessoas atraentes, ou “lindas e ricas”, como definem.

Após a criação do perfil, pode-se escolher a distância, faixa etária e sexo das pessoas que se quer conhecer. A distância mínima é de 2 km e a máxima 160 km. A faixa etária vai de 18 anos a 55+, e na questão do sexo, o aplicativo permite escolher homem, mulher ou homem e mulher. Além disso, você pode escolher as fotos que ficarão a mostra e a ordem das mesmas.

A tela principal do aplicativo mostra as pessoas de acordo com sua preferência, como se fosse um catálogo. E embaixo delas tem cinco botões: o de rever uma sugestão anterior, o de *dislike*, o *superlike*, *like* e o *boost*, respectivamente. A cada pessoa que passa, você tem essas cinco opções.

O botão de *like* (gostar), representado por um “coração verde”, é utilizado quando se tem interesse no perfil da pessoa que o aplicativo sugeriu. Já quando não há, existe a opção *dislike* (não gostar), botão representado pelo “X”, onde o perfil que não agradou, sumirá e em seguida aparecerá outro. Passando a tela para o lado direito ou esquerdo, essas mesmas funções são acionadas.

Já o botão de rever uma sugestão anterior, representado por uma seta, só pode ser utilizado caso você tenha a versão *Plus* ou *Gold*. E o *Boost* (promover; alcançar) representado por um raio roxo, que é usado para manter o perfil destacado por 30 minutos, também é uma opção paga e custa R\$ 12,90.



Figura 1 - Respectivamente: botão de rever sugestão anterior; *dislike*; *superlike*; *like* e *Boost*. (Fonte: Captura de Tela do Aplicativo, realizada pelas autoras)

O Tinder não avisa sobre os *likes* e não permite a troca de mensagens entre eles, ao menos que ocorra o *match*. *Match* é a expressão utilizada quando duas pessoas deram *like* uma na outra, formando com isso uma combinação. A partir disso, a opção conversa fica disponível e pode haver a interação entre os dois usuários.

Além dos botões citados acima, há também o *superlike* (super gostei), representado por uma estrela azul. Ele é a única função não-paga do aplicativo que permite ver anteriormente quem ficou interessado no perfil. Diferente do *like*, já

especificado no nome, o usuário recebe uma notificação informando que o recebeu. Na versão não paga do aplicativo, ele só pode ser usado uma vez por dia.

Uma pesquisa feita pelo próprio Tinder, mostra que o Brasil é o terceiro país do mundo com o maior número de usuários e o com a maior média de *macths* do planeta. Além dos perfis passarem como um catálogo, ao iniciar uma conversa, caso não haja interesse na pessoa, você pode ir ao ícone “...” (três pontos), situado na parte superior direita e dar *desmatch* (descombinar).

A função de se desligar da pessoa, com o botão *desmatch*, mostra como as relações virtuais são fragilizadas, onde a qualquer momento é possível esquecer uma pessoa e começar uma história com outra, sem ressentimentos ou arrependimentos, só com um apertar de botão.

Essas opções do aplicativo, reforçam a ideia de Bauman em que os relacionamentos são vistos como produtos facilmente descartáveis e que as pessoas tendem a achar que estão se privando de viver um relacionamento melhor do que o atual, e por esse motivo, acabam desfazendo laços já fracos, comprovando à teoria de que esses relacionamentos construídos na internet são mais frouxos e transitórios.

Como vimos, no aplicativo estudado, não é possível o estabelecimento livre de diálogos com qualquer pessoa, sem que antes haja uma combinação entre ambas. Diante disso, as estratégias utilizadas para que um convença o outro de que merece um *like* são apenas as fotos de perfis e a descrição pessoal. É aí que entra em cena os atores sociais, gerenciando sua imagem de forma controlada e seletiva, como forma de ganhar algum controle sobre as impressões dos demais. (GOFFMAN, 2007)

Em boa parte das fotos de perfis, podemos notar usuários em viagens pelo exterior, ostentando bebidas caras e carros de luxo, estampando marcas da moda, festas vips, e claro, partes do corpo, mostrando supostamente uma boa forma física. Além disso, outro modo usualmente utilizado para apresentar-se aos demais, é ironicamente, por meio de perfis com poucas informações, fotos falsas, descrições rasas ou com nenhuma descrição, e perfis *fakes*, criados geralmente com cunhos humorísticos.

Estratégias como fotografias, descrições pessoais e pequenas biografias servem para a construção da imagem que o usuário quer passar aos demais, reforçando assim seus reforços identitários, que não devem ser tomados como algo verídico, haja vista que aquela pode ser apenas um recorte da sua realidade e não ela por inteira.

O fato é que a lógica capitalista não podia ficar de fora dos relacionamentos modernos e a busca do indivíduo por se destacar nos ambientes virtuais é o princípio norteador de cada nova interação. E com isso, vai-se percebendo como *sites* que privilegiam elementos imagéticos, como o Tinder, vão aos poucos alterando a imagem que a pessoa tem de si, pois elas entendem ambientes como esses, como uma extensão de si mesmas, reforçando a ideia de Goffman, quando ele aponta os perigos de se encarar uma performance social e a noção que o indivíduo tem que ter na hora da troca dos “códigos de atuações”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise do objeto de estudo, o Tinder, e das teorias do amor líquido de Zigmunt Bauman (2004) e da dramaturgia social de Erving Goffman (2007), percebeu-se que as relações amorosas, principalmente, vêm sofrendo grandes modificações ao longo dos anos e as redes sociais, juntamente com a mídia, possuem importantes papéis nessa transição interacional. A ideia de amor romântico e duradouro que fez parte do ideal de relacionamento até alguns anos atrás, encontra-se em profunda transformação. As facilidades de comunicação oferecidas pela internet roubaram a cena e hoje mais do que nunca o mundo vive um “boom” dos *sites* de relacionamentos, com milhões de novos usuários a cada ano e milhões de *matches* e *desmatches* todo dia.

Assim como os produtos, as relações tornaram-se descartáveis. Basta um clique para que uma interação entre duas pessoas seja encerrada, assim como basta outro clique para que uma nova interação comece. Na verdade, o que podemos perceber durante a pesquisa é que o grande fascínio das pessoas pelos sites de relacionamentos gira em torno da facilidade de conexão e desconexão. Desconectar-se mais do que a conectar-se é o que motiva a procura por esses ambientes, visto que os contatos virtuais exigem menos tempo e esforço para serem estabelecidos e rompidos. Para Bauman (2004), a proximidade das conexões virtuais tornou as conexões humanas simultaneamente mais frequentes e mais banais, ao passo que mais intensas e mais breves. Estar próximo hoje não significa estar junto, e sim estar conectado.

Além disso, percebemos também que o objeto de estudo se utiliza de diversas ferramentas com o intuito de facilitar a comunicação entre pessoas que possivelmente

jamais se encontrariam na vida real. Ademais, ele instiga por meios de botões de ações a interação entre seus usuários, dentro e fora do aplicativo. Pudemos notar também que o site permite o compartilhamento do perfil de seu usuário por meio de diferentes aplicativos como *whatsapp*, *messenger* e outros, e se utiliza da integração com outros serviços como *Spotify* e *Instagram* para descobrir pontos de interesse em comum entre seus participantes, expandindo as possibilidades de *matches*. Diante disso, é evidente as reconfigurações sofridas pelos relacionamentos amorosos e o papel das redes sociais nesse processo de transição, onde cada vez mais os indivíduos se isolam para poder se conectar, criando assim uma realidade virtual muitas vezes divergente da sua realidade de fato, alterando sua visão de si mesmo e fazendo daquela “mentira” a sua verdade.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria de Fátima. Amor, casamento e sexualidade: velhas e novas configurações. **Psicologia: ciência e profissão**. Brasília, v. 22, n.2, p. 70-77, jun. 2002. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932002000200009 > Acesso em: 06 jun 2018.

AS MUITAS FACES DE UMA MÁSCARA: ERVING GOFFMAN. ENSAIOS E NOTAS. 2018. Disponível em: < <https://ensaiosnotas.com/2017/03/18/as-muitas-faces-de-uma-mascara-erwin-goffman/> > Acesso em: 30 mar. 2018.

BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001. p. 258.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Ebook. Disponível em: <http://http://lelivros.fun/book/download-amor-liquido-zygmunt-bauman-em-epub-mobi-e-pdf/>. Acesso em: 7 jun 2018.

BRASIL É O TERCEIRO PAÍS EM NÚMERO DE USUÁRIOS NO TINDER NO MUNDO. A TARDE UOL. 2017. Disponível em: < <http://atarde.uol.com.br/brasil/noticias/1882824-brasil-e-o-terceiro-pais-em-numero-de-usuarios-no-tinder-no-mundo> > Acesso em: 07 jun 2018.

DEZ FUNÇÕES DO TINDER QUE POUCA GENTE CONHECE. GLOBO. 2018. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/04/dez-funcoes-do-tinder-que-pouca-gente-conhece.ghtml> > Acesso em: 07 jun 2018.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas: Pontes Editora. 2018.

GOFFMAN, E. **A representação do Eu na vida Cotidiana**. 14ª Ed. Petrópolis: Vozes. 2007.

GOFFMAN E A TEORIA DRAMATÚRGICA. FELIPE MELO. 2008. Disponível em: < <http://filipemelo.blogspot.com/2008/04/goffman-e-teoria-dramatrgica.html> > Acesso em: 1 jun. 2018.

JOSEPH, Isaac. **Erving Goffman e a Microsociologia**. Tradução de Cibele Saliba Rizek. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000. p. 96

MARTINS, Danilo Henrique. A Metáfora teatral como representação social para Erving Goffman: um ensaio teórico. **Revista espaço acadêmico**, n.163, p. 141-149, dez. 2014. Disponível em: < <http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/24134/13979> > Acesso em: 20 abr 2018.

O BOOM DOS SMATPHONES E SEU IMPACTO NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR. MINDMINERS. 2018. Disponível em: < <https://mindminers.com/consumo/pesquisa-mobile> > Acesso em: 19 abr 2018.

PAURA, Marcelo Dias Carvalho; GASPAR, Danielle. OS RELACIONAMENTOS AMOROSOS NA ERA DIGITAL: Um Estudo de Caso do Site Parperfeito; **Revista estação científica**, Juiz de Fora, n. 17, p. 1-19, janeiro/junho. 2017. Disponível em: < <http://portal.estacio.br/media/3728713/os-relacionamentos-amorosos-na-era-digital.pdf> > Acesso em: 20 abr 2018.

PINHEIRO, Maria Cláudia Tardin; ANDRADE, Regina Gloria. Leitura psicanalítica da publicidade amorosa. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 4, n.2, p. 296-312, set. 2004. Disponível em: < http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482004000200006 > Acesso em: 06 jun 2018.

SCHIMITT, Sabrini; IMBELLONI, Michelle. **Relações amorosas na sociedade contemporânea**. 2011. Disponível em: < <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0583.pdf> >. Acesso em: 06 jun. 2018.

SOUSA, Stéphanie Gonçalves de; MOREIRA, Victória Régia Pontes. **A liquidez da sociedade pósmoderna**: uma análise das relações sob a perspectiva do Tinder. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 39, 2016, São Paulo. Anais. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2305-1.pdf> > Acesso em: 07 jun 2018.