



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**Ana Luisa Dias Sampaio**

**Ressignificações do Amor na Era dos Contatinhos, do *Match* e da Pegação:  
Um estudo sobre afetos entre jovens brasileiros nas Redes Sociais Digitais**

Rio de Janeiro - RJ

2019

Ana Luisa Dias Sampaio

Ressignificações do Amor na Era dos Contatinhos, do *Match* e da Pegação:

Um estudo sobre afetos entre jovens brasileiros nas Redes Sociais Digitais

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos

Rio de Janeiro - RJ

2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

### CIP - Catalogação na Publicação

S192r Sampaio, Ana Luisa Dias  
Ressignificações do Amor na Era dos Contatinhos,  
do Match e da Pegação: Um estudo sobre afetos entre  
jovens brasileiros nas Redes Sociais Digitais / Ana  
Luisa Dias Sampaio. -- Rio de Janeiro, 2019.  
141 f.

Orientador: Cristiano Henrique Ribeiro dos  
Santos.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da  
Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:  
Publicidade e Propaganda, 2019.


1. Amor. 2. Jovens. 3. Redes Sociais Digitais.  
4. Relacionamentos. 5. Sentimentos. I. Santos,  
Cristiano Henrique Ribeiro dos, orient. II. Título.

**RESSIGNIFICAÇÕES DO AMOR NA ERA DOS CONTATINHOS, DO *MATCH* E DA  
PEGAÇÃO: Um estudo sobre afetos entre jovens brasileiros nas redes sociais digitais**

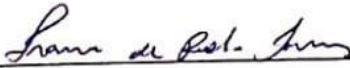
Ana Luisa Dias Sampaio

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por

  
Prof. Dr. Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos – Orientador

  
Prof. Dr. Mario Rubens de Oliveira Carneiro

  
Prof. Mestre Francine Rocha Tavares

Aprovada em: 09/04/2019

Grau: 30,0

Rio de Janeiro - RJ

2019

## AGRADECIMENTOS

À minha irmã mais velha, Maria Ana, que assumiu um papel muito importante nesse trabalho. Muito obrigada por todo o apoio e noites de trabalho duro: tudo para me ajudar a entregar o melhor resultado possível! Você é uma mega irmã e um dia quero ser que nem você! Te amo!

Ao meu namorado e amor Gustavo Paris, por ter me mostrado o quão calmo e sereno o amor pode ser. Obrigada por estar ao meu lado e me ajudar sempre. Nos momentos que eu mais preciso de você, você está comigo 200%. Não tenho nem palavras para descrever o quanto sou grata a você! Te amo muito! Espero que tenha aprendido bastante com esse trabalho!

À minha mãe Angela, que está ao meu lado desde 1995, me apoiando e dando todo o suporte e amor necessário em todos os campos da minha vida. Você é exemplo do que é ter garra e força em todas as situações. Amo muito você!

Ao Higor, meu grande amigo de faculdade e de trabalho, que serviu de conselheiro, orientador e companheiro na produção da monografia. Sua ajuda foi fundamental para execução deste trabalho. Muito obrigada, querido!

À minha família, em especial ao tio Tatão e tia Didi, por todas as vezes que eu precisei de ajuda diante os nervosismos vocês estavam lá; aos tios Marcelo e tia Sil, por serem meus segundos pais nessa e em outras vidas; e ao meu “paidrasto” Severino, por cuidar tão bem de mim. O amor de todos vocês é fundamental na minha vida.

À Elizia, que também faz parte da minha família mesmo não sendo de sangue, por ter me criado e apoiado em todos os momentos até hoje. Obrigada pela paciência e compreensão nos dias que estive longe. Minha avozinha, te amo!

À minha sogra e mestre em comunicação Gisele Paris, que me ajudou na construção do trabalho com muitas dicas e revisão. Muito obrigada!

Às minhas amigas e amigos, em especial Thais, Bruna e o pessoal da Panelinha, pela compreensão quando precisei faltar nos encontros da turma. A amizade de vocês é fundamental na minha vida.

Ao Descomplica, meu local de trabalho, pela flexibilidade e apoio na graduação; em especial ao meu time e à Jess e Di, minhas parceiras, colegas de trabalho e amigas que me ajudaram muito no processo!

Aos meus amigos da ECO, em especial Diogo, Tamiris e a turma do Ecompilados. Meus dias na faculdade eram menos densos e mais divertidos. Obrigada por toda a ajuda no período acadêmico e de vida.

Ao CAp UERJ e UFRJ, por terem me provido educação e lições de vida. Agradeço imensamente à essas instituições pela minha formação acadêmica. Não ao corte na educação e #UERJResiste!

Ao meu orientador professor Dr. Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos, que além de ser um grande profissional, tornou-se meu amigo e tem um papel importante na minha vida. Obrigada pela orientação e conselhos!

À minha banca, professora Mestre Francine Tavares e professor Dr. Mario Rubens, por terem aceitado meu convite de participação da banca solicitamente.

A todos que participaram da pesquisa: muito obrigada pelos insumos e conteúdos para a produção deste trabalho!

E claro, a todos os meus exs peguetes, ficantes, contatinhos e *crushes*! A passagem de vocês na minha vida me serviu de grande aprendizado e inspiração para este trabalho. Agora, como diria Ariana Grande: *thank you, next!*

SAMPAIO, Ana Luisa. **Ressignificações do Amor na Era dos Contatinhos, do Match e da Pegação: Um estudo sobre afetos entre jovens brasileiros nas Redes Sociais Digitais.** Orientador: Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos. Rio de Janeiro, 2019. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

## RESUMO

Com 140 milhões de brasileiros conectados em redes sociais digitais, as relações interpessoais sofrem impactos significativos em todos os campos, tal como no campo amoroso. Há um fenômeno possibilitado pela internet acerca de conexões estabelecidas segundo critérios como desejo, estética, proximidade física ou não, em diante. A possibilidade de fácil acesso e instantaneidade dos tempos atuais já havia sido identificada por Al Cooper em 1998. Utilizando como base a teoria de Bauman (2004) acerca das relações líquidas e suas fragilidades, e de Giddens (1993) sobre os relacionamentos puros, o objetivo deste trabalho é demonstrar o aprofundamento da liquefação das relações amorosas entre a geração dos jovens de 15 a 24 anos a partir das redes sociais digitais e aplicativos de relacionamento de encontros, incluindo nesta categoria aplicativos como *Instagram* e *Facebook* em busca de potenciais “contatinhos”, “*crushes*” e namoros. Foi feita uma pesquisa quantitativa aplicada online de abrangência nacional, elaborada através de um instrumento de coleta de dados estruturado, cuja divulgação foi efetuada através do *Facebook* e *WhatsApp* principalmente, com respondentes concentrados sobretudo na região Sudeste, que obteve 1.200 respostas. Ao final do processo, a pesquisa aponta que essa geração encontra tanto facilidades quanto dificuldades das vias do contato na busca por relacionamentos amorosos através de redes sociais e aplicativos, mas também encontra dificuldades em lidar com sentimentos como frustração e ciúmes, demonstrando que independentemente da tecnologia as questões psicossociais humanas prevalecem.

**Palavras-chave:** amor; jovens; redes sociais digitais; relacionamentos; sentimentos.

SAMPAIO, Ana Luisa. **The New Meaning of Love in the Era of “Contatinhos”, “Match” and “Fast Love”: A Study On The Brazilian Youth’s Affection Display in the Social Networks**. Advisor: Cristiano Henrique Ribeiros dos Santos. Rio de Janeiro, 2019. Final Project (Graduation in Publicity and Adversiting) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

## **ABSTRACT**

140 million Brazilians are connected through digital social networks, making significant impact in interpersonal relationships and love affairs. Since the internet uprising, new connections can be formed based on desire and aesthetics preferences, regardless of physical proximity. The possibility of easy and instant access present today was first identified by Al Cooper in 1998. Using Bauman’s (2004) liquid relationships and its fragilities, and Giddens’ (1993) pure relationships, the aim of this work was to demonstrate the profound liquefaction of relationships among youth through digital social networks and dating apps. 1200 answers were collected through an online survey mainly distributed by Facebook groups and analyzed. In conclusion, the youth is marked by both facilities and difficulties while searching for a love affair using social networks and dating apps, but specifically the distress in dealing with the negative emotions, revealing that human psychosocial issues still prevails.

**Keywords:** love, youth, digital social networks, relationships, emotions



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1 ROMÂNTICO, CONFLUENTE E LÍQUIDO: UM BREVE PANORAMA DA HISTÓRIA DO AMOR OCIDENTAL .....</b>	<b>14</b>
<b>2 O MECANISMO DAS REDES SOCIAIS E APLICATIVOS: AS LIGAÇÕES INTERPESSOAIS DENTRO E FORA DA INTERNET .....</b>	<b>24</b>
2.1 OS MODOS DE FLERTAR E SE RELACIONAR NOS CAMPOS FÍSICOS E VIRTUAIS .....	27
2.2 UM NOVO USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS <i>FACEBOOK</i> , <i>INSTAGRAM</i> E <i>WHATSAPP</i> .....	34
2.3 DEU <i>MATCH!</i> O USO DOS SITES E APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO .....	44
<b>3 ESQUEMA, <i>ROLO E BEIJO</i>: AS NOVAS FORMAS DE SE RELACIONAR E SUAS ESPECIFICAÇÕES .....</b>	<b>51</b>
3.1 ESCALA DO RELACIONAMENTO SÉRIO: DA EFEMERIDADE A ESTABILIDADE – DA PEGAÇÃO AO NAMORO .....	52
3.2 OS “CONTATINHOS” E OS “ <i>CRUSHES</i> ” .....	55
<b>4 DESPERTANDO OS MAIS VARIADOS SENTIMENTOS .....</b>	<b>58</b>
4.1 APEGO E DESAPEGO ENTRE OS JOVENS .....	59
4.2 CIÚME NAS REDES SOCIAIS: O USO DO <i>FACEBOOK</i> .....	61
4.3 FRUSTRAÇÕES, ANSIEDADES E DESILUSÕES AMOROSAS .....	63
4.3.1 A demora (ou a falta) de retorno da outra pessoa .....	63
4.3.1 Declarações de amor x términos de relacionamento nas redes sociais .....	64
4.3.2 Contra o sofrimento, a droga anti-amor .....	65
<b>5 METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>67</b>
5.1 TIPO DE PESQUISA .....	67
5.2 PERFIL DA AMOSTRA .....	67
5.3 INSTRUMENTO DA PESQUISA .....	71

5.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	72
<b>6 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>74</b>
6.1 HÁBITOS DE CONSUMO DAS REDES SOCIAIS .....	75
6.2 “DESENROLANDO” .....	83
6.2.1 Flertes e redes sociais: hábitos, tipos e opiniões.....	84
6.2.2 E os “contatinhos”?.....	88
6.3 RELACIONAMENTOS: DURAÇÃO, VISÕES E <i>STATUS</i> .....	89
6.4 SENTIMENTOS: PAIXÃO, APEGO, INCÔMODOS E CIÚMES .....	96
6.5 DESILUSÕES E TÉRMINOS: QUAIS SÃO OS TIPOS E COMO LIDAR? .....	103
6.5.1 As redes sociais podem atrapalhar os relacionamentos? .....	110
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>113</b>
<b>REFERÊNCIAS (ABNT).....</b>	<b>116</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO <i>ON-LINE</i>.....</b>	<b>123</b>

## INTRODUÇÃO

Numa era de conectividade total, percebe-se uma transmutação no campo amoroso, que permitiu o aparecimento de novos tipos de relacionamento. Desde rodas de conversa ou em páginas e grupos de *Facebook*, jovens comentam sobre seus “*crushes*”<sup>1</sup> e “contatinhos”, termos recentes criados no mundo da *web* para classificar a pessoa com quem se está relacionando no momento – e a cada dia mais termos são criados.

Com a multiplicidade de opções que são expostas, fica cada vez mais difícil aprofundar e manter os relacionamentos amorosos. Bauman (2004) diz que cada vez mais as “relações de bolso” estão em alta. Esse tipo de relacionamento se adequaria ao que é chamado de “esquemas” ou “pegação” atualmente, e os “contatinhos” podem ser resultados dessas formas de se relacionar. É o tipo de relação que não se deve estar apaixonado para que dê certo. É como se fosse um jogo: deve se afastar quando estiver gostando muito da pessoa, mas também não pode se afastar demais para não perder aquilo que é bom no momento. “Uma ‘relação de bolso’ é a encarnação da instantaneidade e da disponibilidade” (BAUMAN, 2004, p.37). Ou seja, é algo que deve ser cômodo e não se tornar uma dor de cabeça.

A teoria de Zygmunt Bauman<sup>2</sup> (2004) sobre as fragilidades dos laços humanos (o que ele denomina como “amor líquido”), conjuntamente com algumas noções de “amor confluyente”, descritas por Anthony Giddens<sup>3</sup> (1993), sobretudo o que ele irá chamar de “relacionamento puro”, serão de muita importância para que a questão chave desta pesquisa seja resolvida. Através do conceito de amor confluyente e relacionamento puro, o amor líquido poderá ser compreendido de forma mais completa, já que Bauman (2004) irá dizer que os jovens nascidos na virada do século XX poderiam se identificar com esse conceito, que não deixa de ser um relacionamento frágil.

Com isso, os “novos” tipos de relacionamento podem ser comparados como atos de consumo e, cada vez mais, podem ser observados o crescimento dos aplicativos de encontros amorosos na internet, fazendo a conquista passar pelos “*matches*” desses *apps*<sup>4</sup> de relacionamento, “*reactions*” no *Facebook* ou “*likes*” no *Instagram*. Outra associação a consumo é feita naturalmente ao se indagar se vale a pena entrar num relacionamento, visando quais são os lucros e/ou prejuízos que podem ser obtidos ao engatar em algo, associando a relação a um

---

<sup>1</sup> As palavras estrangeiras deste trabalho estão grifadas em itálico.

<sup>2</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido – Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004

<sup>3</sup> GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: Unesp, 1993

<sup>4</sup> Abreviação de aplicativos ou aplicações em inglês.

investimento a ser feito. Uma das maiores promessas de se entrar num relacionamento seria de minar as chances de insegurança, o que por vezes pode não acabar ocorrendo de fato (BAUMAN, 2004).

No mundo da música, os mesmos artistas que falam sobre o amor mais profundo também estão recorrendo a esse campo dos relacionamentos menos sérios, principalmente nas músicas de *funk* e sertanejo. A cantora Anitta, por exemplo, ao mesmo tempo em que canta o hit chamado “Cobertor”<sup>5</sup>, que fala da saudade que ela sente do seu amado, fez uma parceria com Nego do Borel e Wesley Safadão e lançou a música “Você partiu meu coração”, que dá letra exatamente aos relacionamentos líquidos afetivos atuais: “Você partiu meu coração / Mas meu amor não tem problema, não, não / Agora vai sobrar, então / Um pedacim (sic) pra cada esquema / Só um pedacinho”<sup>6</sup>.

Portanto, o objetivo geral desta pesquisa é entender qual é o significado do amor entre os jovens brasileiros, a forma como se relacionam e lidam com o amor romântico, com traição, decepção, término e sexo na época em que as tecnologias de redes sociais digitais criaram formas de relacionamento e de busca de parceiros. Como estão lidando com esses novos modelos de relacionamentos líquidos e efêmeros e quais são as suas relações com as redes sociais quando o assunto é relacionamento amoroso? Os objetivos intermediários deste trabalho são entender se há um fator desencorajador para que os jovens não evoluam suas relações, se as redes sociais têm um papel que atrapalha o desenvolvimento dos relacionamentos e se há um crescente desenvolvimento da bandeira de desapego.

Para melhor compreensão do tema “amor”, o primeiro capítulo deste trabalho irá fazer um breve panorama da história do amor ocidental, mencionando o conceito do amor romântico do século XVIII, amor confluyente de Giddens (1993) e amor líquido de Bauman (2004), traçando uma linha do tempo e discutindo seus conceitos entre si, como semelhanças e diferenças, e também utilizando apontamentos feitos por Carlos (2011) sobre fases do amor.

No segundo capítulo abordará como funciona o mecanismo das redes sociais e aplicativos, a partir das ligações interpessoais dentro e fora da internet. Será explicado o que são redes sociais digitais, seus impactos e funções, principalmente a partir de Recuero (2014) e Polivanov (2014). Além disso, teorias sobre o flerte *on-line* e *off-line* serão discutidas a partir de conceitos de Cooper (1998), Whitty (2003) e Meenagh (2015) e formas de se relacionar no campo físico e virtual também serão tratados. Foi feita também uma análise sobre os novos usos

---

<sup>5</sup> Disponível em < <https://www.lettras.mus.br/anitta/cobertor/>>. Acesso em: 30 jun. 2019

<sup>6</sup> Disponível em <<https://www.lettras.mus.br/mc-nego-do-borel/voce-partiu-meu-coracao/>>. Acesso em: 12 Dez. 2017

das redes sociais digitais *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp* para o desenvolvimento das relações amorosas, assim como o uso de sites e aplicativos específicos para relacionamento.

No terceiro capítulo, foram abordadas as novas formas de se relacionar e suas especificações, conceitualizando os tipos de relacionamento efêmeros, como “ficar”, “esquema” e “pegar”. O desenvolvimento dessas relações efêmeras em interações amorosas mais estáveis, apoiados pela literatura de Messeder (2002), Blandón e López (2016) e Chaves (2016), também são discutidos sob a ótica do amor confluyente e líquido. Assim como as novas formas de classificar os parceiros são conceitualizadas, como o uso dos “*crushes*” e “contatinhos”.

No último capítulo teórico, serão tratados os sentimentos dos jovens, em especial questões de apego e desapego, ciúmes e demonstração de afeto nas redes sociais, frustrações, ansiedades e desilusões amorosas.

Um grupo e uma página na rede social *Facebook* que debatem bastante o tema “relacionamentos” são LDRV<sup>7</sup>, grupo mais popular entre os jovens e que conta com mais de 432.000 membros, e a página *Spotted UFRJ*<sup>8</sup> – que tem essencialmente a finalidade de localizar “*crushes*” da universidade. Devido suas influências e popularidades, eles serviram como inspiração e importantes ferramentas na construção desse trabalho.

Por fim, através de um questionário *on-line*, dados inéditos foram obtidos em relação às redes sociais e seus impactos na vida afetiva dos jovens. O *Instagram* se mostrou como a rede social preferida em diversos campos, inclusive para conhecer novas pessoas e desenvolver relacionamentos amorosos, sendo tão potente quanto ferramentas específicas para estas finalidades, podendo ser considerado como um novo *Tinder*. Ações em redes sociais como responder *stories* e curtidas em fotos são consideradas pela maioria dos respondentes como fatores importantes no “desenrolo” *on-line*, principalmente na fase inicial do desenvolvimento amoroso. Apesar disso, é preciso pontuar a polissemia das ações nas redes sociais, que necessitam contexto específico por serem interpretadas de forma subjetiva pelo receptor destas ações.

Ademais, há ligações entre redes sociais e ciúmes, que demonstraram ser grandes influenciadores de desilusões amorosas e rompimentos de relações, já presentes na vida da grande maioria dos jovens respondentes. Para quem já sofreu desilusões amorosas, as redes sociais digitais demonstram atrapalhar o desenvolvimento de novos relacionamentos amorosos. Além disso, há clara distinção entre paixão e apego pelas pessoas. Também foram verificadas

---

<sup>7</sup> LDRV significa LANA DEL REY VEVO, fazendo menção a cantora Lana Del Rey e seu canal de música da VEVO.

<sup>8</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro.

noções de consumo dadas aos relacionamentos, corroborando Bauman (2004) a respeito do investimento que deve ser feito, e um grande destaque dos “contatinhos”, que ilustram as “relações de bolso” e liquidez dos relacionamentos atuais.

## 1 ROMÂNTICO, CONFLUENTE E LÍQUIDO: UM BREVE PANORAMA DA HISTÓRIA DO AMOR OCIDENTAL

Ah, o amor...! Muitas histórias de amor dão muito o que falar, não é mesmo? Escrever histórias, roteiros, novelas ou livros de temática romântica pode ser mais fácil do que explicar a própria história do amor, uma vez que ela pode ser contada de diversas maneiras. Por isso, a história do amor ocidental será contada a partir do “amor cortês” da época medieval dos trovadores, saltando um período longo para o “amor romântico”, “amor confluyente” e “amor líquido”: essas três últimas classificações do amor serão fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão. Interessante pontuar que todas as cinco classificações conversam entre si.

O amor cortês, presente no século XII, iria em desencontro ao valor da felicidade e do amor cristão idealizado no casamento. Com um aspecto de “sofrência” (fazendo ponte com um dos tópicos mais cantados da atualidade brasileira), caracteriza-se assim como um amor impossível. D'Assunção Barros (2008, p. 14) irá caracterizar o amor cortês de acordo com as seguintes nuances: “[...]deleita, mas faz sofrer; aprimora, mas fragiliza; erotiza, mas idealiza; educa, mas enlouquece; submete, mas enobrece.” Em seus estudos, Carlos (2011, p. 70) afirma que “o homem é aqui o servo da mulher, a qual é elevada acima dele, tornando-se seu ‘ideal nostálgico’”, e seria um dos motivos de ser um amor inalcançável, além de muitas mulheres serem casadas e por isso esse amor cortês não se concretizava carnalmente, no entanto “[...]foi constituído a partir de uma “idealização do amor carnal” (ROUGEMONT, 2003, *apud* OLTRAMARI, 2009, p. 670).

Em meados do século XVIII, há a exaltação do amor romântico, em que sentimentos como sofrimento e tristeza são fortemente exacerbados (com influências do amor cortês do trovadorismo). O amor romântico está ligado a constante busca por alguém, nos quais dois dos maiores valores são o companheirismo e a fidelidade, para que o indivíduo se torne completo. “O amor romântico é a idealização de si e do outro visto de forma projetiva, é a valoração da alteridade” (MESSEDER, 2002, p. 9). Nessa busca pelo companheirismo e parceria de modo projetivo, Giddens (1993, p. 51) explica que “o amor rompe com a sexualidade, embora a abarque”, pois, valores relacionados ao caráter da pessoa que a torna especial e mais buscada. O famoso “amor à primeira vista”, clichê muito utilizado por filmes de comédia romântica, tem seu fundamento no amor romântico, sendo explicado a partir da sensação de compatibilidade ao primeiro olhar trocado com a outra pessoa, em que se pode sentir, no outro, que ambos estarão completos. “É um processo de atração por alguém que pode tornar a vida de outro

alguém, digamos assim, ‘completa’.”, diz Giddens (1993, p. 51), e sendo assim, os conceitos de casamento e maternidade ganham força e muitas vezes perduram até os dias de hoje para algumas pessoas que buscam o “amor para sempre”. Com ideais do amor cristão, esse amor está ligado a divindade, que chega próximo ao amor de Deus, e afim de transcender o campo da vida, “o casamento vai se configurando como o espaço mais apropriado para a realização do amor que tem como fim a propagação dos filhos de Deus pela constituição da família” (PRETTO et al., 2009, p. 396). O casamento no século XVIII é movido pelo ideal do amor companheiro, com as responsabilidades do marido e da esposa, um para o outro. Cada parte do casal teria suas responsabilidades (o marido com o trabalho e a esposa com a casa). “As ideias sobre o amor romântico estavam claramente associadas à subordinação da mulher ao lar e ao seu relativo isolamento do mundo exterior” (GIDDENS, 1993, p. 54), por conta da sociedade patriarcal que reinava.

Barbosa (2008), durante seus estudos relacionando as teorias do amor e sobre Hollywood e suas representações de amor, discorre acerca das relações que as pessoas em nossa contemporaneidade criam com a vontade de ter um amor de cinema, amor esse que vence qualquer barreira e sempre tem o *happy end*<sup>9</sup>, fórmula clássica dos filmes que sempre terminam com os “heróis” ou “mocinhas” juntos ao seu amado, custe o que custar. Essa noção pode promover, então, desilusões amorosas e expectativas sobre algo que não será possível de ser realizado, como por exemplo, um companheiro perfeito que se apaixone por você em sua primeira conversa ou uma moça que se encante profundamente num primeiro olhar trocado.

O cinema de Hollywood reforça esta ideia continuamente: o amor romântico tem o poder não apenas de mudar os amantes ou de promover o autoconhecimento deles, mas numa espécie de êxtase religioso, salvá-los de um mundo de solidão, incompletude, desamor e desajuste social. (BARBOSA, 2008, p.4)

Retomando ao conceito de amor romântico do século XVIII, Giddens (1993) irá relacioná-lo à questão da intimidade e de auto identidade. Ao estar com a pessoa idealizada, o indivíduo deixa de se sentir fragmentado e passa a se sentir inteiro, pois junto ao outro, há o preenchimento de um vazio que nem sempre é percebido (GIDDENS, 1993). Porém, essa visão está muito ligada à figura feminina. No que diz a respeito da visão masculina sobre o amor romântico, percebe-se que há uma grande diferença conceitual, pois de acordo com o autor, "aqueles homens que foram muito influenciados por tais ideais de amor foram isolados da maioria como sendo 'românticos', em um sentido peculiar desse termo" (GIDDENS, 1993, p. 70). Ou seja, existiam sim homens com ideais românticos, porém poder-se-ia dizer que não eram bem vistos. A relação que a maioria dos homens tinha com o casamento e intimidade era

---

<sup>9</sup> Final feliz.



de acesso a mulher, pois elas só poderiam ter relações sexuais após a união do casal através do casamento, por conta de virtudes ou reputação dela.

O “relacionamento puro”, vindo do que Giddens (1993) irá falar sobre o amor confluyente, “[...]presume igualdade na doação e no recebimento emocional” (GIDDENS, 1993, p. 73), criando a partir dessa lógica um ambiente verdadeiro e puro, diferentemente dos casamentos arranjados e namoros sem amor o suficiente.

O amor confluyente sofreu algumas influências por conta do amor romântico. É importante dizer que ele só foi possível por conta de algumas mudanças na sociedade em relação ao papel da mulher, resultantes de movimentos feministas, por exemplo. De acordo com Carlos (2011, p. 84), essa transição “possui importantes conexões com a emancipação sexual feminina, vinculada ao surgimento da pílula anticoncepcional e à emergência da segunda onda do feminismo”. Inicialmente, muitas mulheres vinculavam o conceito de amor ao casamento justamente por conta de influências familiares mais antigas, como foi visto anteriormente, já que era através dele apenas que poderiam também ser consumado o amor, porém através de escritoras feministas as mulheres foram desvinculando essa ideia aos poucos, também com receio de perder o que seria de feminilidade (GIDDENS, 1993). É importante fazer um parêntese, pois é preciso levar em conta que o fator acima foi constatado no início da modernidade.

Enquanto no amor romântico há uma visão projetiva no outro (a questão de identificação, atração e união para torna-se inteiro), no amor confluyente vai num caminho oposto de visão projetiva, uma vez que foge da ideia de eternidade vinda do amor romântico e torna-se fruto do aqui e agora, de modo que seja igualmente especial, por mais que o caminho traçado até o parceiro possa ter sido feito através desse mecanismo de identificação no outro.

O amor confluyente é um amor ativo, contingente, e por isso entra em choque com as categorias “para sempre” e “único” da ideia de amor romântico. A “sociedade separada e divorciada” de hoje aparece aqui mais como um efeito da emergência do amor confluyente do que como sua causa. Quando mais o amor confluyente consolida-se em uma possibilidade real, mais se afasta da busca da “pessoa especial” e o que mais conta é o “relacionamento especial”. (GIDDENS, 1993, p. 72)

No amor confluyente, as diferenças sexuais entre homens e mulheres devem ser extintas para que ambos possam ter as melhores experiências possíveis. Pretto et al. (2009, p. 397) explicam que “cada parceiro busca se auto realizar a partir da relação, respeitando os limites do outro, de modo que as diferenças sexuais devem ser extintas e o parâmetro para a continuidade da relação é a satisfação individual de cada um”. E muito ligado à questão de satisfação individual (rompendo com o valor de união do amor romântico), Giddens (1993 apud Giddens, 1991) irá criar a categoria do “relacionamento puro”, com fortes diferenças em relação ao

casamento tradicional, cuja relação, independentemente de rótulos, deve ser boa e satisfatória para ambas as partes.

Um relacionamento puro não tem nada a ver com pureza sexual, sendo um conceito mais restritivo do que apenas descritivo. Refere-se a uma situação em que se entra numa relação social apenas pela própria relação, pelo que pode ser derivado por cada pessoa da manutenção de uma associação com outra, e que só continua enquanto ambas as partes considerarem que extraem dela satisfações suficientes, para cada uma individualmente, para nela permanecerem. (GIDDENS, 1993, p. 68-69)

Em teoria, o relacionamento puro seria a forma mais democrática de se relacionar, a partir do momento que ele só deve ser mantido caso haja satisfação em ambos lados da relação. Na prática, como será visto adiante, as relações podem desembocar numa liquidez. O amor confluyente dá oportunidade para os participantes explorarem o campo do prazer sexual, dando maior liberdade de experimentação da satisfação sexual, por parte de ambos, além de permitir a busca de aconselhamento e de treinamento sexual (GIDDENS, 1993, p. 73), uma vez que não é mais necessário entrar numa união estável como casamento para se ter a prática sexual. Desse modo, este amor dá a possibilidade para que todos (e não somente os homens – por conta da nossa sociedade patriarcal) possam experimentar todo o prazer sexual sem que sejam categorizados e distinguidos um dos outros, por exemplo fazendo a separação entre pessoas fáceis e pessoas difíceis. Por isso, em teoria tudo seria perfeito, porém, essas noções podem ainda ser confundidas no nosso mundo contemporâneo, em que ainda pode-se ter a valorização do que se é mais difícil de se obter em prol do que se é mais fácil.

Outro ponto interessante feito por Giddens (1993, p. 74) é sobre a monogamia. Uma vez que o relacionamento puro permite que os participantes experienciem da melhor forma suas relações, ele não necessariamente é monogâmico e exclusivo. Abrem-se oportunidades para que ambos experienciem outras relações (lembrando que se ambas as partes concordarem). "O que mantém o relacionamento puro é a aceitação, por parte de cada um dos parceiros, 'até segunda ordem', de que cada um obtenha da relação benefício suficiente que justifique a continuidade" (GIDDENS, 1993, p. 74). Traçando um panorama atual, os novos tipos de se relacionar serão analisados e aprofundados mais adiante neste trabalho. Diferentemente do amor romântico, que classicamente retrata um romance entre um casal heterossexual, o amor confluyente abrange outras orientações sexuais, como os homossexuais e bissexuais, por não ter uma ligação específica com a heterossexualidade (GIDDENS, 1993). O mais importante no amor confluyente é a igualdade na doação e recebimento das emoções, "[...]no qual o prazer sexual recíproco se transforma em um critério de avaliação de relação. Em vez da busca da pessoa especial, procura-se um relacionamento especial" (MESSEDER, 2002, p. 9), independente de gênero e orientação, e diferentemente do amor romântico. É legal e importante

pontuar, também, que as mulheres puderam expressar sua vontade de querer fazer sexo, assim como os homens sempre a puderam fazer, para seu desenvolvimento pessoal e de seus relacionamentos. Giddens (1993, p. 81) relata uma história de uma jovem viciada em sexo que parou no grupo Sexômanos Anônimos em que a mesma não estava em busca de um romance convencional, mas sim de auto identidade, muitas vezes buscando ativamente por encontros com homens sem que a chamassem, atitude está que já pode ser vista frequentemente nos dias de hoje. Nessa busca ativa por outros homens, muitas vezes não era bem vista por eles, por ainda ser considerado estranho mulheres se comportarem “como eles”, por isso o contato sexual só era feito até certo ponto.

Em suma, como pôde ser visto, o amor confluyente pode ser um tanto idealizado analisando a sociedade. Carlos (2011, p.90) pontua as características desse amor como flexível e igualitário, já que, como discutido anteriormente, é dada a oportunidade para que ambos os sexos experienciem o que deve ser experienciado, sem julgamentos ou burocracias das relações tradicionais. A partir desse momento, novos tipos de relacionamento podem ser vivenciados, e Bauman (2004) irá conceituar a nossa sociedade e o modo em que ela vive suas relações a partir do conceito de liquidez.

Na teoria do “amor líquido”, Bauman (2004) irá retornar o seu conceito de liquidez presente nas sociedades contemporâneas, que já havia sido apresentado em “Modernidade Líquida” (2001) em que tudo se é fluido e que nada hoje em dia continua estável, diferentemente da sociedade sólida de antigamente, onde tudo era devidamente determinado e moldado para ser seguido. O líquido é utilizado como metáfora pois ele toma a forma do recipiente que for colocado. Logo no prefácio da obra Amor Líquido (2004), percebe-se algumas noções pessimistas (e ao mesmo tempo interessantes) em torno do relacionamento humano – o principal herói do livro de acordo com Bauman, como por exemplo comparar o relacionamento humano à vitamina C que, “em altas doses, provocam náuseas e podem prejudicar a saúde.” (BAUMAN, 2004, p.10) ou falar que, na verdade, as pessoas estão buscando maneiras de tornar os rompimentos das relações menos dolorosos, por mais que insistam que procuram relacionar-se com as outras, dizendo “que tipo de conselho eles querem de verdade: como estabelecer um relacionamento ou — só por precaução — como rompê-lo sem dor e com a consciência limpa?” (BAUMAN, 2004, p.11).

No momento atual da sociedade, as pessoas estabelecem vínculos a partir de conexões (BAUMAN, 2004), em vez de relações, tornando o mundo real cada vez mais virtual, através de construção de redes (e na época não existiam redes sociais como são hoje: imagina se tivessem?). O real e o virtual não possuem mais barreiras que os distinguem. É o conectar e

desconectar, de modo mais simples a cada dia, através de pequenos botões em plataformas ou smartphones, por exemplo. Essa simplicidade resulta em relações humanas mais intensas e ao mesmo tempo mais banais, tornando-se mais breves, requisitando menos esforços para serem construídas ou rompidas (BAUMAN, 2004, p. 83): tanto as relações de amizade quanto as relações de teor “romântico”.

Ao contrário dos relacionamentos antiquados (para não falar daqueles com “compromisso”, muito menos dos compromissos de longo prazo), elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna, em que se espera e se deseja que as “possibilidades românticas” (e não apenas românticas) surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior, aniquilando-se mutuamente e tentando impor aos gritos a promessa de “ser a mais satisfatória e a mais completa”. (BAUMAN, 2004, p. 12-13)

No âmbito das relações interpessoais, por exemplo, os relacionamentos sérios eram definidos como namoro e casamento. Giddens (1993) falou sobre essas instituições de antigamente, que privavam as mulheres, principalmente, de fazer experimentações, por conta de valores como a sua “virtude”. “Há muito tempo a 'virtude' tem sido definida em termos da recusa de uma mulher em sucumbir à tentação sexual, recusa esta amparada por várias proteções institucionais, como o namoro com acompanhante, casamentos forçados e assim por diante” (GIDDENS, 1993, p. 16), e essa virtude, como visto anteriormente, foi sendo transformada de acordo com a transformação da sociedade e da forma como o amor poderia ser visto.

Atualmente, novas categorias foram criadas e novos tipos de relações são estabelecidas (como “rolos”, “amigos com benefícios”) e, seguindo a teoria de Bauman (2004), são frágeis e incertas, e o capítulo 3 deste trabalho será inteiramente dedicado à essas tipologias. Utilizando essa atmosfera da liquidez, deve-se relacionar também a nossa sociedade do consumismo. “Diante de uma vida consumista que promove leveza, velocidade, novidade e variedade, os relacionamentos, conseqüentemente, tendem a ser efêmeros e descartáveis, atendendo a um movimento de individualização, onde predominam as satisfações particulares.” (Pretto et al., 2009, p. 398). Por conta desse movimento individualista, as relações podem ser dolorosas e sofridas para quem está participando, pelas incertezas do mundo moderno com mudanças e transformações constantes.

Bauman (2004) traça um paralelo entre relações de consumo e relações interpessoais, muitas vezes comparando as relações interpessoais com investimentos. A partir do momento que a pessoa se pergunta se “vale” a pena, geralmente por N motivos, ela atribui um valor a outra pessoa. “(...) Quando ‘você se comprometer [...] lembre-se de que pode estar fechando as portas a outras possibilidades românticas” (JARVIE apud BAUMAN, 2004, p. 25). Essa seria uma das características do “amor líquido” que estamos vivendo na nossa sociedade atual. Entrar

em um relacionamento pode ser considerado um problema a partir dessa visão, principalmente por conta da incerteza que vivemos diariamente, o que traz uma sensação de insegurança para quem vive uma relação. “Investir no relacionamento é inseguro e tende a continuar sendo, mesmo que você deseje o contrário: é uma dor de cabeça, não um remédio” (BAUMAN, 2004, p. 30). Ele relaciona também o valor de insegurança ao novo tipo de ansiedade.

As relações são colocadas no mesmo nível do consumo, trazendo-se a ideia e hábito de quanto mais se consumir/experimentar, melhor. A busca pelo aprender a amar, semelhante à mercadoria, pode aumentar os riscos de ansiedade e desilusões para satisfazer seus desejos.

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 prologados, receitas testadas, garantias de seguro total e devolução do dinheiro. (BAUMAN, 2004, p. 21-22)

Bauman (2004), ao falar sobre o amor sob sua visão, faz uma primeira comparação do saber amar com o saber morrer: ambos não se aprendem, simplesmente, acontecem, e podem ser atemorizantes. No entanto, nos tempos de amor romântico, aprender a amar era possível através dos casamentos (que eram construídos), assim como nos dias mais atuais acredita-se que o amar pode ser aprendido, só que com pessoas diferentes (CARLOS, 2011, p. 92). A visão do teórico sobre o amor verdadeiro pode possuir algumas influências do amor romântico, se for feita a análise sobre o que ele diz de baixar o padrão do que é amor, inclusive utilizando a expressão “fazer amor” como um exemplo disso.

Em vez de haver mais pessoas atingindo mais vezes os elevados padrões do amor, esses padrões foram baixados. Como resultado, o conjunto de experiências às quais nos referimos com a palavra amor expandiu-se muito. Noites avulsas de sexo são referidas pelo codinome “fazer amor”. (BAUMAN, 2004, p. 19)

Deve-se saber fazer uma distinção entre amar e desejar. A arte de amar tem relação com a vontade de proteger, com atitudes de cuidado e responsabilidade pelo outro, rumo a eternidade, enquanto o desejo por alguém é contaminado, rumo a autodestruição, para se satisfazer e puramente consumir (BAUMAN, 2004, p. 24). Curiosamente, o autor faz uma relação entre o amor e atitudes de ciúmes extremos como guardar, cercar e encarcerar. Talvez, essas atitudes não sejam compatíveis com as novas formas de se relacionar, uma vez que cada vez menos relacionamentos estáveis como o casamento burocrático estão em tendência. O ato de desejar estaria correlacionado ao amor líquido, de acordo com o autor (2004), pois o desejo necessita que seja rapidamente saciado e está em constante mudança. A cada hora, o ser humano está desejando algo novo, e assim esse pensamento segue com as relações.

Pegando como exemplo prático da nossa atualidade, os aplicativos de encontro funcionam como vitrines em que se pode categorizar pessoas de acordo com os seus gostos

personais. Decidindo se “curtiu”<sup>10</sup> a pessoa (ou seja, dá um valor de objeto para o ser humano), um *chat* poderá ser aberto para que “uma ideia possa ser trocada” (as pessoas envolvidas possam conversar), isso claro, se ela curtir de volta. Ou seja, o desejo por alguém só poderá ser saciado se o outro alguém o desejar de volta. Não necessariamente as pessoas envolvidas engatarão num relacionamento sério, já que nossa atualidade “permite” diversas categorizações (ou até a falta de uma categorização), até porque citando a noção de investimentos novamente, Bauman (2004) irá falar sobre os riscos de se investir os sentimentos num relacionamento ser sempre um passo arriscado, uma vez que isso pode tornar as pessoas dependentes (e não necessariamente os dois participantes do casal). Pontuou Carlos (2011, p. 93): “os relacionamentos passam a ser vistos como investimentos, que só valerão a pena enquanto continuarem a gerar lucros relevantes”. Retomando o que seria o relacionamento puro de Giddens (1993), nesse momento ambos têm a liberdade de fazer o que será melhor afim de alcançar o êxtase de satisfação, dependendo de uma confiança um no outro, já que pode não ser recíproco. A partir disso, a pessoa pode estar amarrada, mas seu parceiro ou parceira está livre para ir e vir. (BAUMAN, 2004, p. 114).

A fim de evitar situações que fujam do controle, Bauman (2004) utiliza o conceito de “relações de bolso”<sup>11</sup>, criado por Catherine Jarvie, para explicar um dos novos métodos de se relacionar em nossa modernidade líquida. “(...) É você e só você que está no controle, e nele permanece por toda a curta vida dessa relação” (BAUMAN, 2004, p. 37). E ele diz “curta vida dessa relação” pois as relações de bolso são frágeis e de curta duração, sendo inadmissível o prolongamento destas caso deseje-se obter sucesso. Para que uma “relação de bolso” seja bem-sucedida, ela precisa cumprir duas condições em que os valores supremos seriam o de desapego e indiferença, já que não se é permitido apaixonar-se, e de não deixar evoluir para um patamar acima, mantendo a relação do jeito que ela é (e guardada no bolso). As “relações de bolso” não funcionam para quem pensa mais com o calorzinho do coração e do momento, do que com a cabeça fria e descansada.

Primeira condição: deve-se entrar no relacionamento plenamente consciente e totalmente sóbrio. Lembre-se: nada de "amor à primeira vista" aqui. Nada de apaixonar-se... [...] Nem as emoções que chamamos de "amor" nem aquelas que sobriamente descrevemos como "desejo". Não se deixe dominar nem arrebatar, e acima de tudo não deixe que lhe arranquem das mãos a calculadora. [...] A conveniência é a única coisa que conta, e isso é algo para uma cabeça fria, não para um coração quente (muito menos superaquecido). (BAUMAN, 2004, p. 37)

<sup>10</sup> O verbo “curtir” é bem utilizado nas redes sociais e de aplicativos de relacionamento, estando presente em redes como *Facebook*, *Tinder* e *Instagram*. Pesquisando a palavra “curtir” no dia 22/04/2019 na ferramenta Google, aparece como pesquisa relacionada “significado de curtir no *Facebook*”. Disponível em: <https://www.google.com/> Acesso em 22 abr. 2019

<sup>11</sup> O artigo original escrito por Catherine Jarvie para o “*The Guardian*” pode ser lido através desse link: <https://www.theguardian.com/theguardian/2002/mar/09/weekend7.weekend2>. Acesso: 22 abr. 2019

Fria e calculista, a pessoa que comanda a “relação de bolso” deve estar sempre atenta aos sinais: caso perceba que está saindo do seu controle, ela deve sair o quanto antes para evitar consequências “desastrosas”, como o “problema” de se entrar num relacionamento sério (principalmente quando não se o tinha planejado). Já diria um dos grandes funkeiros da geração atual, MC TH: “Coração 'tá gelado/A maldade na mente/Vários falam a verdade/Mas tu gosta é de quem mente”<sup>12</sup>. A segunda condição para o bom funcionamento da “relação de bolso” foi descrita por Bauman:

Segunda condição: mantenha-o do jeito que é. Lembre-se de que não é preciso muito tempo para que a conveniência se converta ao seu oposto. Assim, não deixe o relacionamento escapar à supervisão do chefe, não lhe permita desenvolver sua lógica própria e, especialmente, adquirir direitos de propriedade – não deixe que caia do bolso, que é seu lugar. [...] Observe atentamente até mesmo as menores mudanças [...]. Se notar alguma coisa que você não negociou e para a qual não liga, saiba que “é hora de seguir adiante”. É o tráfego que sustenta todo o prazer. (BAUMAN, 2004, p. 37-38)

Portanto, conclui-se que “uma ‘relação de bolso’ é a encarnação da instantaneidade e da disponibilidade” (BAUMAN, 2004, p. 37), a partir do momento em que sua principal função é servir naquele momento para agradar seus desejos, sem precisar sair ou desviar do caminho a ser seguido. Exemplos práticos podem ser vistos na sociedade atual com os sexos casuais marcados através de aplicativos. E lembrando que o livro foi escrito em 2003, poder-se-ia fazer uma conexão entre as “relações de bolso” e os aplicativos de encontro dos smartphones? É algo a se pensar, já que a partir de uma busca na rede o usuário pode encontrar outra pessoa com gostos parecidos, trocam-se algumas palavras, encontram-se no meio *off-line*, porém muitas vezes pode acabar por ali. Literalmente, o celular retorna para o bolso e a vida segue normalmente. A pessoa com quem se teve o encontro pode-se ser esquecida e nunca mais contatada, ou pode acabar virando uma relação mais contínua, saindo da efemeridade do “pegar” e transformando-se em “ficar”, já que “o ato de pegar, contudo, diferencia-se do de ficar por um menor grau de comprometimento com o outro” (CARLOS; LAGO; GROSSI,

---

<sup>12</sup> A letra do funk “Coração tá gelado” cantada por Mc TH e Dennis DJ (2017) fala sobre as emoções e sentimentos estarem congelados e o que importa é o calor do momento, por isso, deve-se aproveitar que os cantores estão “fáceis” e pessoalmente solteiros, uma vez que estão namorando uma cerveja e são amantes de outro drink alcóolico. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/mc-th/coracao-ta-gelado.html>>. Acesso em: 22 abr. 2019

2010, p. 3). A partir do momento que a relação se desloca do “pegar”, a relação de bolso teria falhado, como será visto no capítulo 3.1.

Bauman (2004) em sua obra retrata, portanto, a transformação da visão do amor na sociedade atual em decorrência dos novos modelos de consumo, onde o imediatismo e o novo é o que atrai novos olhares, pois “a vida consumista favorece a leveza e a velocidade” (BAUMAN, 2004, p. 69). Relata sobre as noções do “sexo puro”, com origem no “relacionamento puro” de Giddens (1993), no qual bastava que ambos tivessem prazer e alegria igualitários com quem (e quantos) quisesse, fugindo do burocrático sistema de “até que a morte nos separe” e de compromissos “problemáticos”. Essas transformações no modo de se relacionar, como a emergência das “relações de bolso” e conexões nas redes sociais, resultam em sentimentos e sensações como ansiedades e medo do incerto.

[...] “Ninguém pode garantir que um evento totalmente episódico não contenha em si uma força capaz de algum dia transformar-se, inesperadamente, na causa de eventos futuros [...], nenhum episódio está condenado *a priori* a permanecer eternamente como um episódio”. Nenhum episódio está a salvo de suas consequências. A insegurança decorrente é eterna. (KUNDERA apud BAUMAN, 2004, p. 71; BAUMAN, 2004, p. 71)

No século XXI, pode-se ver a transformação do amor, do romance e da paixão, seguindo novos cenários que tem a ver com o mundo virtual e a revolução tecnológica (BONAVITTA, 2015, p. 198, tradução nossa<sup>13</sup>). Deve ser pensado até que ponto toda a flexibilidade e fluidez das relações contemporâneas pode ser (ou não) benéfico para a sociedade atual, quais são as novas categorias criadas a partir disso e quais são os seus impactos sob os sentimentos das pessoas.

---

<sup>13</sup> Transitando la segunda década del siglo XXI, el amor, el romance y la pasión hallan nuevos escenarios que tienen que ver con el mundo virtual y la revolución tecnológica.



## 2 O MECANISMO DAS REDES SOCIAIS E APLICATIVOS: AS LIGAÇÕES INTERPESSOAIS DENTRO E FORA DA INTERNET

Uma rede social é definida, de acordo com Raquel Recuero (2014, p. 403), “como um conjunto de atores (podendo ser percebidos como pessoas ou instituições) e suas conexões (frequentemente apontadas como os laços sociais que unem os agrupamentos)”. O termo “ator social”, original de Erving Goffman<sup>14</sup>, significa que cada integrante de um grupo social passa a ter características não-natas ao estar presente numa rede social, assumindo um papel diferente e de modo defendido por ele como performático. Diante de um grupo social, cada pessoa estaria performando aspectos de sua identidade, “atuando de modos diversos em diferentes meios sociais para diferentes públicos” (POLIVANOV, 2014, p. 32). As redes sociais são compostas por dois elementos principais: os nós (ou nodos), que seriam as representações dos atores sociais – podendo ser através de perfis representados nas redes sociais digitais no caso da internet, e os elementos de conexão, que seriam justamente os componentes que fazem as conexões entre os atores sociais, como laços sociais e capital social (RECUERO, 2014).

Os laços sociais, que podem ser classificados como fortes e fracos, são as efetivas interações entre os atores sociais, “compreendidos por relações nas quais são trocadas informações, suporte emocional, contato e construída proximidade” (RECUERO, 2014, p. 406). A definição de um laço forte é dada pela quantidade de valores inseridos na conexão, geralmente atribuídos a amigos, enquanto o laço fraco demonstra uma conexão mais distante e menos desenvolvida, comumente atribuídas a conhecidos. Os laços mais fortes demandam mais tempo, conhecimento e atenção dos atores sociais, enquanto os mais fracos são mais simples e requer menos esforços. Bauman (2004), ao falar da era líquida, trata os laços afetivos atuais como fracos, que podem facilmente serem rompidos a qualquer hora. Pela facilidade de gerenciamento (e menor custo), a geração atual acaba construindo relações mais fracas e que demandam menos atenção e esforço dos envolvidos – principalmente com o auxílio das redes sociais digitais.

As redes sociais digitais (também conhecidas como sites de redes sociais - SRSs<sup>15</sup>) possuem uma representação mais complexa do que as relações mediadas no meio *off-line*, não sendo equivalentes por conta da quantidade de conexões que podem ser feitas ao mesmo tempo dando maior poder aos usuários – e atores sociais (RECUERO, 2014). O surgimento dessas

---

<sup>14</sup> Erving Goffman (1922-1982) foi um psicólogo e cientista social canadense. Defendia a teoria da ação social. Mais explicações em: <<https://amenteemaravilhosa.com.br/erving-goffman-teoria-da-acao-social/>>. Acesso: 26 mai. 2019

<sup>15</sup> Sites de redes sociais também podem ser abreviadas como SRSs.

redes na internet criou um ambiente denominado cibercultura. O modelo de sites de redes sociais fez com que as redes sociais externas sofressem modificações, uma vez que há a publicização das suas conexões. De acordo com Recuero (2009, p. 104 apud POLINANOV, 2014, p. 36), existem dois tipos de modelos: os estruturados (locais feitos para expor as redes sociais) e os apropriados (os que não eram voltados para este fim, mas que adquiriram essa função). Utilizando o *YouTube* como exemplo, o site começou como uma plataforma de vídeos e, posteriormente, adquiriu uma função de rede social digital, utilizada pelos mais variados públicos e inclusive dando uma profissão de influenciador(a) e *youtuber* aos que trabalham em função de seus canais. No Brasil, uma das primeiras redes sociais digitais a atingir sucesso foi o *Orkut*, que encerrou suas atividades depois de 10 anos no ar<sup>16</sup>.

As redes sociais digitais podem criar uma rede de “amigos”, “seguidores”, “fãs”, “contatos” sempre dependendo da sua finalidade. Inclusive, para as autoras Boyd e Ellison (2007 apud Polivanov, 2014), o uso do termo “amizade” pode ser enganoso, já que nem sempre as pessoas que estão conectadas as suas redes são, de fato, amigas. Já para Beer (2008 apud Polivanov, 2014), isso não seria um problema uma vez que as redes sociais digitais podem mudar o conceito de “amizade”, mas que sim ele pode ser repensado. Os SRSs podem, portanto, criar e estreitar laços não existentes previamente no meio *off-line*. Além da finalidade de conexão interpessoal, as incontáveis redes sociais digitais atuais podem ser utilizadas para jogos, desenvolvimento profissional, enquetes, difusão de notícias, “correntes” e “memes”, entre tantas outras funções. A quantidade de meios/redes sociais utilizadas pelas pessoas para manterem a comunicação entre si varia de acordo com a força do laço entre elas e, além disso, em busca de manter os laços existentes, amigos e colegas próximos utilizam outros meios para suprir indisponibilidades ou deficiências de outros canais, criando uma “multiplexidade midiática”<sup>17</sup> (HAYTHORNTHWAITE, 2005 apud PRIMO et. al, 2017).

Os websites *We Are Social* e *Hootsuite* divulgaram em janeiro de 2019 os dados mais recentes do uso global do meio digital<sup>18</sup>, focando também nos dados do Brasil<sup>19</sup>. No mundo, temos mais de 3,4 bilhões de usuários ativos nas redes sociais, enquanto no Brasil o número chega em 140 milhões, representando 66% da população do país, e 130 milhões utilizam as redes sociais através de seus aparelhos celulares. O tempo gasto em redes sociais chegou em mais de 2 horas por dia em média global, enquanto no Brasil esse número aumenta para 3,5

<sup>16</sup> O Orkut teve seu início em 2004 e encerramento em 2014. <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/09/fim-do-orkut-mesmo-sob-protostos-google-encerra-rede-social-apos-10-anos.html>>. Acesso: 26 mai. 19

<sup>17</sup> Conceito criado por Haythornwaite (2005), originalmente chamado *media multiplexity*.

<sup>18</sup> <https://wearesocial.com/uk/digital-2019>. Acesso: 26 mai. 2019

<sup>19</sup> <https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil> Acesso: 26 mai. 2019

horas diárias. As 5 redes sociais digitais mais utilizadas pelos brasileiros são, nessa ordem: *Youtube*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook Messenger*. Os aplicativos de relacionamento *Tinder* e *Happn* não aparecem na lista dos aplicativos mais baixados ou com mais usuários do Brasil, porém, estão nas posições 2 e 7 dos aplicativos com mais receita no país, provavelmente por conta das versões *premium* disponíveis, enquanto aplicativos como *Spotify* (aplicativo de *stream* que possui assinatura *premium*) e *Uber* (que oferece transporte particular) estão na lista dos mais baixados, mas não aparecem nos que mais geram receita. No mundo, o *Tinder* continua ocupando o 2º lugar como aplicativo com maior receita. Importante pontuar que, ao longo da análise da pesquisa quantitativa *online* feita para este trabalho de conclusão, serão feitas comparações aprofundadas dos resultados em relação aos dados fornecidos.

As SRSs passaram por várias mudanças ao longo desses últimos anos, sempre em busca da melhor adaptação para o seu público. Numa visão baseada na teoria de Bauman, elas estariam facilitando a fragilidade das relações, por mais que busquem o estreitamento dos laços interpessoais. Além disso, as SRSs estão cada vez mais assumindo um papel no mundo dos negócios, com a quantidade de anúncios e possibilidades de mercado tanto para o usuário e entre eles, ilustrando a era da valorização do consumo de bens e transmutando essa função às pessoas.

A seguir, será discutida na seção 2.1 a transformação dos modos de flertar e relacionar, comparando o meio *on-line* com o *off-line*. Ainda neste capítulo na seção 2.2, serão exploradas as novas funções das redes sociais digitais no campo dos relacionamentos afetivos amorosos, fazendo uma análise das redes *Instagram*, *WhatsApp* e *Facebook* – que inclusive aprimorou sua rede e lançou em abril de 2019 uma funcionalidade específica para encontros chamada *Facebook Dating*<sup>20</sup>, além da discussão, claro, sobre como se dá o uso dos sites, chats e aplicativos de relacionamento e seus mecanismos, na seção 2.3 deste trabalho.

---

<sup>20</sup> O *Facebook Dating* é uma novidade de 2019. <<https://olhardigital.com.br/noticia/facebook-dating-chega-ao-brasil-conheca-o-tinder-da-rede-social/85300>>. Acesso: 26 mai. 2019. Mais informações serão dadas ao longo do subcapítulo 4.2.

## 2.1 OS MODOS DE FLERTAR E SE RELACIONAR NOS CAMPOS FÍSICOS E VIRTUAIS

Conforme já foi apresentado no capítulo do panorama do amor ocidental<sup>21</sup>, o amor foi vivido diferentemente de acordo com a sua fase, logo, os tipos de relacionamento interpessoais e os modos como esses relacionamentos se desenvolvem sofrem algumas transformações. Enquanto, por exemplo, nos séculos anteriores ao XX os relacionamentos se desenvolviam de maneira tradicional, com o advento da internet no final do século XX, o relacionamento amoroso e sexual não necessariamente precisa ser vivido presencialmente, criando a possibilidade de ser vivido também ou exclusivamente no campo *online*, sem encontros presenciais, transformando também a forma como a sexualidade era vista e como a paquera poderia acontecer. É necessário, também, fazer a separação entre os relacionamentos amorosos mediados pela internet (que seriam os relacionamentos exclusivos deste meio) e relacionamentos não mediados pela internet (encontros ocorridos presencialmente) (HAACK; FALCKE, 2017).

Ainda no ano de 1998, Al Cooper (1998) identifica que já existiam centenas de sites destinados para o sexo. Em seus estudos, buscou compreender como a internet influenciava na sexualidade, dividindo seus efeitos em três categorias para melhor compreensão do assunto: padrões negativos, conexões positivas e aspectos comerciais; além de criar o conceito do “Triplo A”<sup>22</sup>, que seria a possibilidade de acesso, acessibilidade e anonimato (*Access, Affordability, and Anonymity*), dando à internet o seu poder. O “acesso” seria a facilidade de acessar a internet de qualquer lugar e de encontrar o que está procurando na rede. A qualquer momento, sempre vai ter alguém com quem o outro possa conversar, ou seja, a internet também está sempre disponível. A “acessibilidade” (aqui no sentido financeiro) dá a internet a capacidade de disponibilizar conteúdos sexuais de forma barata, muitas vezes de graça. E por último o “anonimato” na internet possibilita que as pessoas se sintam livres para, por exemplo, quererem experimentar algo novo ou falar sobre suas questões e fantasias sexuais.

Na explicação da categoria de padrões negativos, alguns exemplos citados pelo autor são o esquecimento do desenvolvimento das relações *off-line* em prol das *on-line*, nas quais “as pessoas podem gastar mais tempo visitando websites do que investindo energia nos relacionamentos do mundo real, num ponto que interrompe o desenvolvimento das conexões

---

<sup>21</sup> Capítulo “ROMÂNTICO, CONFLUENTE E LÍQUIDO: UM BREVE PANORAMA DA HISTÓRIA DO AMOR OCIDENTAL”

<sup>22</sup> “Triple A”. Tradução nossa.

*off-line*” (COOPER, 1998, p. 188, tradução nossa<sup>23</sup>), além das questões destacadas por Schnarch (1997 apud COOPER, 1998) como o desenvolvimento da real intimidade, uma vez que o *cyberdating*<sup>24</sup> atrai pessoas que querem contato emocional sem risco ou exposição, podendo apresentar algumas vezes imagens físicas irreais delas mesmas. Outro ponto destacado por Cooper foi que nas salas de bate-papo sexuais algumas pessoas fingiam ser de outro sexo, o chamado “*genderbending*”<sup>25</sup>, trazendo o dado daquela época de que 1 a cada 3 homens fingiam serem mulheres (WILLIAMS, 1996 apud COOPER, 1998, p. 189). Traçando um paralelo, Miskolci (2013) fez um estudo focado em homens que assumem um posto de “macho” ou “brother” nas redes sociais, porém frequentam salas de bate papo que tem como público homens homossexuais e bissexuais, na cidade de São Paulo. Explora como eles articulam plataformas de busca de parceiros com o objetivo de criar relações em segredo (MISKOLCI, 2013). Popularmente falando, seriam homens que estariam dentro do armário, mas que no ambiente *online* se sentem à vontade de serem outras pessoas. Buscando entender o porquê de se declarar com o status heterossexual se há uma prática sexual com outros homens, Miskolci (2013) chega à conclusão de que quando a relação com outro homem começa a atingir um patamar mais sério e elevado, procuram sabotar-se e retornar a vida heterossexual que lhes espera lá fora. Muitos aparentam ter medo de perder a imagem de “homem de verdade”, que seria o homem másculo, logo, relacionado ao heterossexual.

No campo das conexões positivas destacadas por Al Cooper (1998), o autor destaca que nos últimos 20 anos (agora 31 anos), a internet pode ser uma das melhores maneiras de se conhecer alguém (COOPER, 1998). Cita como exemplo dois sites de encontros, o primeiro já extinto da AOL “*Love at AOL*” e *Match.com*<sup>26</sup>, que possuíam números elevados de visitas mensais e de membros inscritos (COOPER, 1998). “Os encontros on-line estão acontecendo na mais alta escalas, mais eficientes, automatizadas e sucedidas maneiras, mas o que para algumas pessoas, pode parecer um pouco impessoal” (COOPER, 1998, p. 190). Há duas formas, de acordo com o autor (Cooper, 1998), para as pessoas se conhecerem e desenvolverem um relacionamento on-line. A primeira é utilizar a Internet como um veículo em busca de um par romântico (utilizando sites de relacionamento ou, com exemplo mais atual, aplicativos de encontro), já a segunda é ao acaso, quando o fato de conhecer alguém *on-line* não estava no

---

<sup>23</sup> “these people can spend more time visiting websites than investing energy in real-word relationships, to the point that this precludes the development of off-line connections.”

<sup>24</sup> Ato de conhecer alguém amorosamente no meio da internet.

<sup>25</sup> Diferente do *cross-over* (ato de se transvestir), é assumir uma sexualidade a qual não possui.

<sup>26</sup> Integrante do grupo *Match*, o *Match.com* foi uma das pioneiras no mercado de encontros há mais de 20 anos e aqui no Brasil atua como o site Par Perfeito. Mais informações em: <<http://match.mediaroom.com/key-facts>> Acesso: 27 mai. 2019

primeiro plano, podendo ser em sites com finalidades distintas, havendo uma troca e interações e desenvolvendo, assim, a relação em outro nível (COOPER, 1998). A internet possibilita que pessoas em qualquer lugar do mundo possam se conectar e interagir, criando laços e inclusive relacionamentos sérios. Finkel e colaboradores (2012 apud Haack e Falcke, 2017, p. 35) explicitam que esses relacionamentos mediados apenas pela internet teriam dificuldades de ocorrer em outras vias, indicando assim que as novas tecnologias possibilitam a construção de relacionamentos amorosos à distância, possibilitando também que as pessoas não compatíveis possam romper a relação da mesma forma que foi iniciada. Outros três pontos positivos destacados por Cooper (1998) são as facilidades no desenvolvimento de relações mais profundas com pessoas que, por falta de confiança no meio *off-line*, não seriam capazes de ter muitas interações e que no modo *on-line* se sentem mais à vontade; a oportunidade de conectar vários tipos de pessoas com diferentes propósitos e o fácil acesso a informações sexuais, diferentemente da época sem internet (COOPER, 1998).

Brevemente pontuando os aspectos comerciais descritos por Al Cooper (1998), ele vai dizer que na história dinheiro e sexo sempre caminharam juntos. Com a internet, são criados sites de relacionamento e de conteúdo pornográfico, que são muito consumidos pelos internautas, sendo um local ideal de compartilhamento e venda desses artigos sexuais. “A Internet é um poderoso meio que irá dramaticamente impactar as relações humanas conforme nós entramos no novo milênio” (COOPER, 1997 apud COOPER, 1997, p. 192). Tem-se aí uma das principais razões da grande explosão no número de ferramentas criadas para relacionamentos e sites ligados à pornografia.

Os modos de flertar *on-line* e *off-line* foram estudados por Monica Therese Whitty (2003). Comparando os modos de flertar *off-line* com os flertes *on-line*, ela entende que há um *mix* na hora do flerte *on-line*, entre a realidade e o virtual. O “flerte” teve variadas definições teóricas, de acordo com a autora (WHITTY, 2003, p. 340). Foram expostas as definições de autores como Downey e Vitulli (1987 apud WHITTY, 2003) e Feinberg (1996 apud WHITTY, 2003), com visões um pouco distintas entre si. Os primeiros teóricos acreditam que há duas definições: a primeira aconteceria numa situação onde, dentro de uma relação casual já existente, há o interesse em manter uma intimidade (mas sem aumentar seu nível) de pelo menos uma das pessoas envolvidas; já na segunda, seria a ação inicial que faz a intenção de transmitir uma mensagem de interesse ou de atração pela outra pessoa (DOWNEY; WITULLI, 1987 apud WHITTY, 2003, p. 340-341). Para Feinberg (1996 apud WHITTY, 2003), o ato de flertar seria, na verdade, um caminho mais curto para a intimidade, tendo pelo menos uma das razões: 1.

demonstrar interesse sexual na outra pessoa, 2. para verificar se as pessoas ainda sentem interesse pelo autor do ato ou 3. apenas para passar o tempo, podendo dizer por *hobbie*.

Traçando uma história por trás do flerte nas culturas ocidentais, é conhecido que o homem era o responsável por iniciar o cortejo, por conta dos encontros arranjados (WHITTY, 2003). O início do cortejo partir do homem é uma cultura que vem sumindo ao longo dos anos mais recentes, por conta de lutas feministas terem influenciado bastante nesse processo. Givens (1978 apud WHITTY, 2003, p. 342) descreve um “modelo de cortejo” de cinco estágios, em que identificou que os homens geralmente hesitam em se aproximar das mulheres sem que haja um mínimo sinal de que há o interesse da parte delas, demonstrando que o movimento inicial parte das mulheres.

Alguns sinais de flerte *off-line*, no contato direto e pessoal, são feitos através de linguagens corporais, como mexer nos cabelos, sorrir e até mesmo o jeito de se vestir (WHITTY, 2003), o que cria uma cultura de imagem, pois as pessoas procuram estar mais atraentes com o intuito de agradar o potencial *crush* (esse conceito será desenvolvido adiante neste trabalho). Além disso, entre os sinais pontuados pela autora, tem-se a preocupação com o cheiro (perfume) e o modo como a voz é utilizada, incluindo o jeito que a pessoa ri, por exemplo. É interessante criar um paralelo com o mundo *on-line*, uma vez que, tecnicamente, só seria possível identificar sinais de flerte como a voz ou mexer no cabelo caso os indivíduos estivessem fazendo uma vídeo-chamada. Porém – e não se aprofundando –, essas ações no mundo *on-line* podem ser realizadas através da troca de mensagens, entre perfis “*fakes*” descrevendo suas ações entre asteriscos<sup>27</sup>, ou entre perfis verdadeiros, quando interagem entre si. “O corpo precisa ser representado através do texto para o flerte acontecer no espaço cibernético” (WHITTY, 2003, p. 345, tradução nossa<sup>28</sup>).

Assim como no meio *off-line*, durante um flerte numa relação heterossexual, os avanços no campo *on-line* geralmente partem do público masculino, que iniciam a conversa enquanto a mulher ocupa um papel mais passivo, com algumas estratégias para mandar o sinal de que estão interessadas. Um exemplo de iniciativa ativa seria a conversa propriamente dita e um sinal passivo poderia ser uma curtida na foto. Com os flertes digitais, homens se sentem mais protegidos e menos vulneráveis do que numa conversa cara a cara (PASCOE, 2010 apud

---

<sup>27</sup> O uso de “*fakes*” no *Orkut* era comum entre os adolescentes e jovens nos anos 2000, causando nostalgia. Eram perfis falsos, geralmente de pessoas ou personagens famosos, que interagiam entre si em comunidades, assumindo uma dupla vida do “on” (o perfil) e do “off” (a pessoa por trás do perfil). Alguns exemplos de ações podem ser vistas nessa reportagem: <https://www.guiadasemana.com.br/comportamento/noticia/11-situacoes-pra-la-de-nostalgicas-que-so-quem-teve-fake-no-orkut-vai-entender>. Acesso: 31 mai. 19

<sup>28</sup> “For flirting to occur in cyberspace the body needs to be represented through text.”

MEENAGH, 2015, p. 459). Alguns métodos de flertes *on-line* através de texto<sup>29</sup> descritos por Whitty (2003) seriam o uso de *emojis*<sup>30</sup> e acrônimos, sendo difíceis algumas representações do flerte *off-line* como o senso olfativo, vocálico e proxêmico. Atualmente, com os avanços tecnológicos, há a possibilidade de expressar-se através de vídeos, imagens e áudios de modo mais fácil e instantâneo, desenvolvendo e aprimorando também o modo como é feito o sexo virtual – ou *cybersex*<sup>31</sup>, uma vez que não há a necessidade de ter o corpo presente e físico.

Os jovens se sentem mais a vontade de iniciar uma relação e flertar no campo *on-line*, uma vez que na internet eles não precisam encarar uma conversa cara a cara tornando-se menos vulneráveis, principalmente o público masculino (PASCOE, 2010 apud MEENAGH, 2015, p. 459). Há um medo do público masculino em “falhar” na hora da paquera, principalmente por questões machistas inseridas na sociedade, trazendo maior segurança ao puxar um assunto *on-line* do que fisicamente. “Ao elaborar cuidadosamente suas mensagens, os jovens podem abrir caminho para uma paquera e evitar o embaraço da rejeição se seus flertes não forem recebidos favoravelmente” (MEENAGH, 2015, p. 459, tradução nossa<sup>32</sup>). Ao flertar na internet – através do texto, é possível “se esconder” e evitar momentos embaraçosos que poderiam ocorrer no flerte presencial, como foi observado por Meenagh (2015, p.463) através de uma entrevista à uma jovem australiana. É possível traçar um paralelo também aos conceitos do “Triplo A” estabelecidos por Al Cooper (1998), com a característica do “anonimato” por estar “atrás da rede” e mais a vontade de expor seu sentimento. Foi percebido também que há uma ambiguidade causada por conta da natureza da conversa por texto, por conta de interpretação da mensagem, e que essa ambiguidade pode ser utilizada a favor de quem está flertando, uma vez que se pode dizer que o flerte foi feito “de brincadeira”<sup>33</sup>(MEENAGH, 2015, p. 463, tradução nossa).

Um jovem pode ter vergonha de dizer a alguém que é atraído por ele pessoalmente. Por meio da comunicação digital, no entanto, esse mesmo jovem pode compor com cuidado uma mensagem, enviá-la e ficar envergonhado sem que a outra pessoa saiba. No entanto, embora as novas tecnologias de mídia possam tornar mais fácil essa estratégia em particular, os flertes *off-line* também podem ser reivindicados como sendo feitos em tom de brincadeira. (PASCOE, 2010 apud MEENAGH, 2015, p.463, tradução nossa<sup>34</sup>)

<sup>29</sup> Na época de seu estudo (2003), as tecnologias ainda não suportavam vídeo chamadas de qualidade ou mensagem de voz através de redes sociais digitais ou e-mail. Por conta disso, a autora baseou-se puramente no modo de flerte *on-line* através de textos, colocando como observação que com o avanço das tecnologias terão novas oportunidades para testemunhar o “corpo real” (WHITTY, 2003, p. 345).

<sup>30</sup> São as “carinhas” utilizadas em SRSs como *Whatsapp* e configuradas no próprio teclado do celular.

<sup>31</sup> Sexo virtual.

<sup>32</sup> “By carefully crafting their messages, young people can ease their way into a flirtatious exchange and avoid the embarrassment of rejection if their flirtations are not received favourably.”

<sup>33</sup> Meenagh (2015) utilizou a expressão “made in jest”.

<sup>34</sup> “A young person may be embarrassed to tell someone they are attracted to them in person. Through digital communication, however, this same young person can carefully compose a message, send it off, and be



Outro ponto observado pelos jovens que flertam no meio digital é se a pessoa de fato está flertando de volta ou se ela é uma pessoa “flertante”<sup>35</sup> (MEENAGH, 2015, p. 463). Por isso, é importante que os jovens procurem outras informações para confirmar se houve, de fato, um flerte, ou se a outra pessoa flertou por pura diversão. Para um dos respondentes da entrevista, puxar um assunto *on-line* com frequência com a outra pessoa pode ser um sinal de interesse, mas outros fatores devem ser observados. Algumas perguntas que devem ser feitas para identificar se há ou não interesse foram elencadas pelo entrevistado: “Ela quem está iniciando as conversas? Suas mensagens são de cunho sexual? Ela faz algum esforço para se envolver com seu perfil *on-line*?” (MEENAGH, 2015, p. 464, tradução nossa<sup>36</sup>). As buscas por informações do *crush* são frequentemente feitas nas redes sociais digitais, servindo como se fosse de vitrine e como auxílio na paquera *on-line*.

Vikanda Pornsakulvanic, Paul Haridakis e Alan M. Rubin (2008) mostraram como os usuários da internet se sentem mais realizados ao demonstrarem seus sentimentos *online* do que cara a cara, e faz as relações do uso e interação pela internet e sua influência na comunicação entre pessoas. Através da teoria de Klapper (1963) dos Usos e Gratificações<sup>37</sup> (U&G), os autores buscam entender como e porque as pessoas se comunicam através das CMCs (Comunicação através de Computadores via Internet)<sup>38</sup>, mais do que como esta mídia influencia as pessoas (KLAPPER, 1963 apud PORNALKULVANIC; HARIDAKIS; RUBIN, 2008, p. 2294), sugerindo que as pessoas diferem em suas condições sociais e psicológicas, o que pode afetar como e por que eles usam a mídia para atender às suas necessidades. Algumas pessoas, por exemplo, possuem falta de vontade em conversar oralmente com outras pessoas ou se sentem sozinhas, evitando o contato cara a cara e assim utilizando a internet para desenvolver suas relações. Apesar das diversas formas que as pessoas podem utilizar as CMCs, como para uma simples atividade escolar ou abrir um e-mail, segundo a Universidade da Califórnia (2003 apud PORNALKULVANIC; HARIDAKIS; RUBIN, 2008) foi constatada que a comunicação interpessoal é a mais praticada através dessas ferramentas, sendo assim essas ferramentas são muito importantes para o desenvolvimento das atividades interpessoais e para que as pessoas se sintam completas.

---

embarrassed about it without the other person knowing. However, while new media technologies may make this particular strategy easier to engage in, offline flirtations can also be claimed to have been made in jest.”

<sup>35</sup> Palavra inventada com significado de “pessoa que simplesmente gosta de flertar, sem segundas intenções ou necessariamente com um interesse romântico pela outra pessoa para seguir adiante na relação”.

<sup>36</sup> Is she the one initiating the conversation? Are her comments sexually suggestive? Does she make an effort to engage with his online profile?

<sup>37</sup> Livre tradução de *Uses and Gratifications* (U&G)

<sup>38</sup> Livre tradução de *Internet-based computer-mediated communication* (CMC).

Apesar de existirem pessoas que se sentem mais completas com a interação *on-line* do que com a interação *off-line* propriamente dita, foi constatado por A. Dela Coleta, M. Dela Coleta e J. Guimarães (2008) através de uma pesquisa com usuários de *chats on-line* de maioria masculina e jovem – para saber mais sobre os comportamentos em relação a afetividade e relacionamento virtual – que o relacionamento virtual pode funcionar num primeiro momento; porém deve-se tomar um passo à frente ao relacionamento com contato físico para que se tenha continuidade (DELA COLETA, A.; DELA COLETA, M, e GUIMARÃES, 2008). É muito interessante que o estudo foi feito em 2008 e naquela época até existiam sites de relacionamento<sup>39</sup> e sites de encontro<sup>40</sup>, porém não na quantidade e opções que temos hoje em dia. Os autores refletem sobre o uso exagerado das ferramentas de comunicação *on-line* como uma forma contínua de se interagir com as pessoas. P. Donnamaria e A. Terzis (2009) encontraram resultados similares nos seus estudos sobre a procura de um amor na internet e o desenvolvimento dos vínculos amorosos na rede: o contato face a face e continuidade no mundo físico é fundamental para que o relacionamento virtual obtenha êxito e sucesso em sua totalidade.

Existe uma condição para que o relacionamento possa acontecer, assim como Simon May (2011) disse que não existe amor incondicional, pois sempre há uma condição para que ele seja florescido, e essa condição no caso seria a própria internet. A facilidade para a troca de mensagens é um ponto importante para a relação, porém “encontros entre pessoas expressivamente impulsivas ou hesitantes oferecem pouca chance de um desenvolvimento vincular, inclusive na Internet” (DONNAMARIA, C. P.; TERZIS, A., 2009).

Vale uma reflexão: as relações desenvolvidas através da internet são estáveis? Querendo obter relações entre relacionamentos mediados pela internet e relacionamento não mediados pela internet, Haack e Falcke (2017) utilizam como base a Teoria Triangular do Amor de Sternberg (1986), observando que casais presenciais, no pilar compromisso, possuem maior comprometimento na relação, sendo a causa disso a certeza de que darão certo e continuarão estáveis, enquanto casais mediados pela internet são mais frágeis e suscetíveis ao rompimento (HAACK; FALCKE, 2017, p.40). É preciso conhecer bem a outra pessoa antes de passar para o campo presencial e assim, após encontros casuais, firmar um compromisso. Gergen (2000

---

<sup>39</sup> A história dos sites de relacionamento (redes sociais) e uma lista com alguns criados desde o ano de 1997 podem ser encontradas em <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-dos-sites-de-relacionamento>. Acesso em: 12 Dec. 2017

<sup>40</sup> Uma lista com alguns sites de encontro pode ser encontrada em <https://www.tecmundo.com.br/selecao/54272-melhores-sites-encontro-internet-evitar-furadas.htm>. Acesso em: 12 Dec. 2017

apud PRIMO et. al, 2017, p. 3) “aponta que os relacionamentos passam a ter dificuldades de se estabilizar diante dos modos saturados da vida na pós-modernidade.”

Apesar deste trabalho estar direcionado ao estudo do público jovem, é importante destacar que as interações amorosas no campo *on-line* ocorrem com pessoas de todas as idades. Malt (2007) fez uma pesquisa qualitativa com adultos mais velhos (entre 61 e 85 anos) que utilizavam a internet como busca para relacionamentos, que muitas vezes eram duradouras, e comprovou que a paquera *on-line* fazia parte das rotinas, tanto para os mais velhos quanto para os mais jovens. O pesquisador constatou, na época, haver poucos estudos sobre o tema, sendo um dos principais motivos de sua instigação, e mesmo focando nos adultos mais velhos, observamos que a prática de flerte *on-line* não está concentrada apenas nos jovens.

## 2.2 UM NOVO USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS *FACEBOOK*, *INSTAGRAM* E *WHATSAPP*

Como visto no capítulo 3, das 5 redes sociais digitais mais utilizadas pelos brasileiros, *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram* estão listadas, tendo o tempo dedicado ao uso de redes sociais no Brasil chegando a 3,5 horas diárias. Nesta seção, serão discutidas as funções dessas três redes sociais no campo dos relacionamentos amorosos, de acordo com a funcionalidade e destino de cada uma originalmente, e como elas podem (e são) aproveitadas pelos usuários como auxílio no processo do flerte *on-line*.

Para Fabrício Sampaio (2014, p. 2), em meio a tantas opções criadas, o *Facebook* por exemplo teria a “finalidade primeira de seus criadores já está até esquecida em meio a constantes utilidades criadas e possíveis de construção pelos usuários”, como a finalidade da paquera *on-line*. Fernanda Barros (2017, p. 17-18), partindo da hipótese de que “as redes sociais estão presentes no cotidiano dos alunos [de sua escola] e que apresentam conteúdos de modo dinâmico e diversificado através dos perfis individuais, páginas e links postados por usuários individuais ou seguidores, imagens e comentários postados”, pôde fazer uma relação entre os sentidos que as mensagens são recebidas através das redes sociais *Facebook* e *WhatsApp*, que estão muito presentes no cotidiano dos jovens estudados pela autora, chegando à conclusão de que as mensagens trocadas nas ferramentas de comunicação podem permitir que haja a reprodução de conteúdo relacionado à sexualidade, demonstrando “a influência das redes sociais na formação e construção da sexualidade dos alunos da escola pesquisada” (BARROS,

2017, p. 104). Sem dúvida, os sites de redes sociais possuem um papel fundamental na construção de relacionamentos amorosos, como explica Van Ouytsel e colaboradores (2016):

As SRSs, como o *Facebook*, tem um papel importante durante o estágio inicial de relações românticas. Quando há um interesse romântico e durante as fases iniciais de um relacionamento, as SRSs permitem aos seus usuários flertarem e se comunicarem com seus "ficantes" ou par. (VAN OUYTSEL et. al, 2016, p. 77, tradução nossa<sup>41</sup>)

O *Facebook*, rede social digital fundada em 2004 por Mark Zuckerberg e sócios, acessada mensalmente por mais de 2,3 bilhão de pessoas por todo mundo<sup>42</sup> e 130 milhões de pessoas no Brasil, tem como missão “dar às pessoas o poder de criar comunidades e aproximar indivíduos do mundo inteiro. As pessoas usam o *Facebook* para manter contato com amigos e parentes, descobrir o que está acontecendo no mundo e compartilhar e expressar o que é importante para elas” (FACEBOOK, 2019). Essa rede social pode ser acessada através de aparelhos celulares, *smartphones* e através de computadores/notebook pela *web*. Como visto no capítulo 3, temos 140 milhões de pessoas no Brasil conectadas em redes sociais, e esse número de 130 milhões demonstra que apenas 10 milhões desse grande número não está na plataforma, sendo muito popular entre os brasileiros e estando no top 2 de aplicativos mais baixados. Nesta plataforma e rede social de inúmeros recursos, é possível acompanhar um *feed*<sup>43</sup> de notícias e páginas, postar *stories*<sup>44</sup>, participar de grupos, demonstrar interesses em eventos (etc.), além de ter uma própria rede de “amigos” e “seguidores”, com compartilhamentos e postagens de textos, fotos e vídeo em “linhas do tempo”, com a possibilidade de também expressar o “sentimento”. Essas publicações podem ter suas privacidades alteradas para serem públicas ou configurações privadas.<sup>45</sup> A imagem abaixo ilustra essas ações na plataforma:

---

<sup>41</sup> Social networking sites, such as *Facebook*, play a key role during the initiation stage of a romantic relationship. When experiencing romantic interest and during the early phases of a relationship, they enable their users to flirt and to communicate with their dating or romantic partner.

<sup>42</sup> Mais informações e dados sobre a empresa *Facebook* aqui: <https://br.newsroom.fb.com/company-info/>  
Acesso: 05 jun. 2019

<sup>43</sup> O *feed* seria o local onde são reunidas todas as postagens feitas pelos usuários que são “amigos” ou seguidos pelo usuário, além de publicações de páginas e ações realizadas na plataforma, como confirmação em eventos ou novas amizades entre os usuários, por exemplo.

<sup>44</sup> Funcionalidade original (que se chamava *snap*) no aplicativo *SnapChat*, que foi inserida também no aplicativo *Instagram*. Esses *stories* (histórias) são publicações em imagem, vídeo ou texto do momento específico, desaparecendo depois de um período de 24 horas. Os *stories* podem ser públicos, para todos os usuários amigos/seguidores, ou para pessoas específicas. O *story* do *Facebook* pode ser feito diretamente por lá ou migrado do *Instagram*.

<sup>45</sup> Até junho/2019, há a possibilidade do usuário fazer uma publicação pública (para qualquer usuário ou não do *Facebook*), amigos, amigos com exceção, amigos específicos, personalizado ou somente para o usuário, de forma privada.



Imagem 1 - tipos de publicação na linha do tempo.  
Fonte: *Facebook*. Acesso: 7 jun. 2019

No *Facebook* há a possibilidade de interagir com os outros usuários através de *reactions*, ou “reações”, como: “curti”, “amei”, “haha”, “uau”, “triste” e “grr”. Essas “reações” estão exemplificadas abaixo:



Imagem 2 - Exemplo de reações no *Facebook*.  
Fonte: *Facebook*. Acesso: 7 jun. 2019

Também é possível reproduzir ações presenciais através de alguns botões, como a possibilidade de “cutucar” outra pessoa e, após ser enviada uma “cutucada”, ela recebe uma notificação. Beatriz Araújo (2012, p.11) diz que “afetos e encontros pessoais são trocados por conversas virtuais e ferramentas que simulam o contato pessoal”. Talvez não sejam trocados, mas sim misturados (ou em busca de misturar) com o contato físico, uma vez que o meio físico e o meio virtual andam em conjunto (MILLER, 2013b apud MEENAGH, 2015). Essa ferramenta pode funcionar, inclusive, como um tipo de flerte nesta rede social, porém, por ter sido omitido<sup>46</sup> da página principal da plataforma, esse recurso de “cutucar” encontra-se impopular em 2019. De acordo com Fabrício Sampaio (2014, p. 13), o “botão cutucar é muito polissêmico. Até os criadores dizem que ele não tem uma finalidade específica. As cutucadas podem significar um olá, um pedido de amizade indiscreto, caso não conheça o usuário, e pode ser um recurso de iniciar uma paquera ou investida sexual”.

<sup>46</sup> Para cutucar outras pessoas, é necessário acessar a página <https://www.facebook.com/pokes/>.

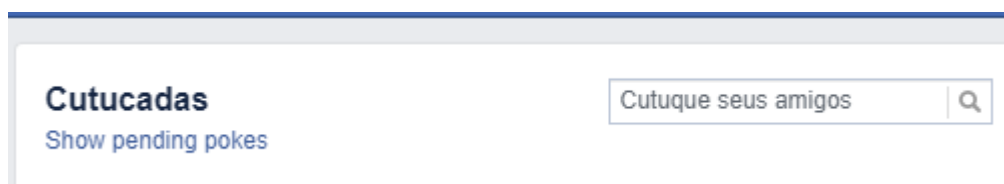


Imagem 3 - Página para “cutucar” um amigo no *Facebook*  
 Fonte: *Facebook*. Acesso: 7 jun. 2019



Imagem 4 - Página para ver “cutucadas” pendentes feitas pelo usuário.  
 Fonte: *Facebook*. Acesso: 7 jun. 2019

Em uma publicação de 2012 da página *Facebook* Brasil, foi feita a seguinte pergunta para os usuários: “Será que você conhece todos os termos utilizados no *Facebook*? Cutucar, por exemplo, o que significa para você?”<sup>47</sup>. Algumas respostas mostraram a polissemia da ação “cutucar” no *Facebook*, como a resposta da usuária que dizia “*algo num sentido de provoca a deixa a pessoa irritada, mas ao mesmo tempo quando são do sexo oposto as intenções são outras eu acho*”, ou da outra internauta “*eu acho legal, pra mim e chamar atenção de alguém, tem gente que leva pequena coisas na maldade, senão gosta então pra que tem face[sic]*”. Utilizando as ferramentas como reações e cutucadas, na busca de potenciais “*crushes*” nessa rede social, os usuários fazem um processo de esquadramento de perfis do *Facebook* (ou seja, exame minucioso) que foi descrito por Fabrício Sampaio (2017) como

[...] uma seleção de perfis que possuem materializações de corpos desejáveis para serem paquerados. Ela se assemelha à paquera “*offline*” que tem seu início com uma relação peculiar com a “*desatenção civil*”. O paquerador poderia iniciar seus investimentos utilizando-se desta cortesia. No contexto “*online*”, a “*desatenção civil*” poderia ser emitida pelas curtidas em fotos ou cutucadas, ou seja, através de uma espécie de aviso de que aquele perfil estaria chamando atenção. O olhar prolongado ou mútuo “*online*” – confirmador do início da fase focada da paquera – poderia ser confirmado pelo retorno das curtidas em fotos, cutucadas e solicitações de amizade. (SAMPAIO, 2017, p. 183)

<sup>47</sup> Publicação disponível em <https://www.facebook.com/FacebookBrasil/photos/a.158800554147717/485911761436593/?type=3&theater>. Acesso: 6 jun. 2019

Os perfis do disponíveis no *Facebook*, portanto, podem servir como uma espécie de “cardápio” de potenciais “*crushes*”, que podem evoluir ou não uma relação caso o flerte seja bem-sucedido<sup>48</sup>. Por isso, os perfis devem ser interessantes e atrativos, com boas fotos (o que cria uma cultura da supervalorização da estética), postagens legais do cotidiano e eventos confirmados imperdíveis, recebendo curtidas e reações dos usuários. Silva Junior (2018, p. 73) explica que o *like*/curtida “tem como principal valor simbólico uma comunicação não-verbal rápida e expressiva, que busca manter a interatividade como forma de ‘diálogo’ entre os usuários das redes sociais digitais.” Em suma, a paquera nessa rede social pode ser feita [não necessariamente nessa ordem] através de curtidas (reações), cutucadas, mensagens trocadas e solicitações de amizade.

O termômetro [...] será a quantidade de comentários, curtidas e compartilhamentos que estes discursos sobre um cotidiano possam ter, tornando, assim, célebres os discursos do cotidiano sedutor. Neste sentido, coisas banais [...] são postadas e podem se tornar alvos de muitos compartilhamentos ou comentários. Além disso, tais postagens se tornam elementos, juntamente com as imagens selecionadas e as atividades analisadas dos perfis, essenciais para despertar o desejo sexual dos ‘buscadores’. (SAMPAIO, 2014, p. 23)

Em sua pesquisa com jovens adolescentes da Austrália, Meenagh (2015) constatou que o uso das novas tecnologias, como o *Facebook*, era fundamental para conhecer melhor uma pessoa, antes do encontro presencial de fato, assim como para o momento de flerte *on-line*. Através do *Facebook*, os jovens tinham costume de monitorar os potenciais *crushes*, o chamado *stalking*<sup>49</sup>, que tem por exemplo características o ato de ver as publicações na linha do tempo, fotos postadas e posts comentados e, assim, conhecer mais (profundamente) a outra pessoa. O *stalking* pode acontecer em qualquer rede social.

Os perfis nas redes sociais digitais são feitos para permitir que os jovens compartilhem os detalhes aparentemente mundanos dos seus dia a dia com sua rede de ‘amigos’ e, esses detalhes são acrescidos de extrema importância, no entanto, quando se tornam parte de uma investigação sobre um potencial parceiro sexual ou romântico (Gershon 2010b; Pascoe 2010 apud MEENAGH, 2015, p. 464, tradução nossa<sup>50</sup>)

Através de uma publicação no *Facebook* ou *Instagram*, por exemplo, todos que estão na rede do usuário (ou “stalkeam” sem seguir ou ser amigo) conseguem informações valiosas. A ferramenta de *stories* postados quase em tempo real também é uma forma de conseguir

<sup>48</sup> Este trabalho terá um capítulo dedicado às nomenclaturas da “pegação”.

<sup>49</sup> A tradução literal do termo “*stalking*” é relacionado à perseguição, expiação. O ato de “stalkear” a outra pessoa via web pode se tornar um ato obsessivo e perigoso, demandando atenção.

<sup>50</sup> “Profiles on social network sites are designed to allow young people to share the seemingly mundane details of their day-to-day lives with their Friends. These details take on added importance however when they become part of an investigation into a potential – or current – romantic or sexual partner”

informações de forma instantânea. E, falando em instantaneidade, as novas tecnologias de comunicação/redes sociais digitais tornam o processo de troca de informações e mensagens mais rápida e fluida, trazendo uma urgência de resposta, o que pode ocasionar em algumas questões emocionais mais profundas, como ansiedade, caso o retorno não seja imediato.

De acordo com Sampaio (2014, p. 15), o Facebook pode ser uma ferramenta auxiliar de traições, uma vez que seria mais seguro utilizar o bate-papo da plataforma para interagir com outras pessoas do que trocar o número de celular quando o parceiro estivesse acompanhado: “[...] lá, a paquera pode ser iniciada, reiniciada ou consolidada com um encontro racionalmente estabelecido no bate-papo da plataforma midiática”.

A 4ª rede social digital mais acessada pelos brasileiros em 2019, o *Instagram*, também é uma plataforma com potencial no campo amoroso. Foi criada para *smartphones* da *Apple* em 2010 originalmente para compartilhamento de fotos, sendo vendida em 2012 para o *Facebook* por 1 bilhão de dólares<sup>51</sup> e disponibilizada na loja virtual do *Google* para usuários *Android*. O formato dessa rede social é baseada numa rede de “seguidores” em vez de “amigos”, disponibilizando no perfil do usuário o número de pessoas que está “seguindo” (perfis que o usuário segue) e de “seguidores” (perfis que seguem o usuário) e a conta pode ser pública ou privada, sendo necessário um pedido de solicitação para poder seguir a conta. Em 2019, além de ser acessada pelos *smartphones*, pode ser acessada através do navegador web e é possível postar fotos, vídeos e *boomerangs*<sup>52</sup> no *feed* de publicações. Também é possível compartilhar *stories* que ficam disponíveis por 24 horas, lembrando o formato da rede social *SnapChat*, ou criar um “destaque” no seu perfil (a partir de todos os *stories* já postados) que fica disponível 100% do tempo. Além dessas funcionalidades, o *Instagram* também possui um sistema próprio de chat chamado *direct*, onde podem ser trocadas mensagens de texto, vídeo, áudio, foto, além de ser possível fazer vídeo chamada. Quando um *story* é postado, pode ter a opção de receber comentários e reações dos seguidores (ou *stalkers*), que vão parar no *direct* do usuário. Outra funcionalidade do *Instagram* é o “IG TV”, funcionando como uma espécie de canal do *Youtube*, onde qualquer usuário da rede pode publicar vídeos e interagir com seus seguidores ou visualizadores, assim como a possibilidade de realizar *lives*<sup>53</sup>. No *Instagram* (assim como no *Facebook*), há um culto à beleza exacerbado, por também servir de vitrine e catálogo às pessoas.

---

<sup>51</sup> Mais informações: < <https://rockcontent.com/blog/instagram/>> Acesso: 6 jun. 2019

<sup>52</sup> Análogo à um vídeo com poucos segundos de duração, que é reproduzido em looping de frente para trás. O *boomerang* foi incorporado no *Instagram*, tendo um próprio aplicativo para criação de *boomerangs*.

<sup>53</sup> Transmissão ao vivo.



O sistema mais básico e comum de interação entre usuários no *Instagram*, assim como no *Facebook*, é o *like* (curtida), na publicação, além da possibilidade de comentar o post<sup>54</sup>. O *like* no *Instagram* é no formato de coração, em que ao dar dois toques na tela um coração surge e é acrescido ao número de curtidas da publicação. Utilizando a “lupa” da plataforma, é possível fazer a busca de outros usuários por *username*<sup>55</sup> caracterizado por “@” ou pesquisar por *hashtags*, o que é um recurso utilizado por alguns usuários para categorizar suas postagens e, também, uma forma de conseguir mais visibilidade e *likes*. No momento de flerte *on-line* nessa rede social, internautas fazem o uso dos *likes* em publicações – que podem ser dados de formas sequenciais e/ou excessivas – para chamar a atenção do outro usuário, além das reações e comentários nos *stories* – que podem migrar para uma conversa/mensagem na *direct* da plataforma.

[...] A linguagem não verbal apresentada através da troca de Likes entre os usuários das redes sociais, neste caso o *Instagram*, se dá pela combinação da interatividade (o ato de curtir), a representação simbólica contida nas imagens curtidas (o ato de escolher as fotos de acordo com a informação que se quer passar) e o contexto em que estão inseridos os usuários que estão tendo esta prática (se já se conhecem, se são amigos ou se são potenciais “*crushs*”, por exemplo) (SILVA JUNIOR, 2018, p. 77-78).

A funcionalidade de *chat/direct* no próprio *Instagram* possibilita uma troca de mensagens instantâneas sem a necessidade de migrar para outros canais ou redes sociais digitais, como *Facebook Messenger* ou *WhatsApp*. No *chat/direct*, é possível fazer uso de *stickers*<sup>56</sup> e *gifs*<sup>57</sup>, trazendo uma nova experiência de interação e mensagens entre os usuários – aprimorando o momento de flerte nessa rede social. Com 1 bilhão de usuários ativos em 2018<sup>58</sup> e 66 milhões de brasileiros<sup>59</sup>, o *Instagram* pode ser considerada uma plataforma popular e completa.

Apesar de ser um aplicativo destinado para troca de mensagens, o *WhatsApp* deve ser considerado uma rede social digital, uma vez que há o compartilhamento de conteúdo entre os usuários e formação de grupos, além do estreitamento dos laços sociais, por exemplo. Presente

<sup>54</sup> A possibilidade de comentar em publicações pode ser limitada pelo usuário. Perfis de famosos como o jogador Neymar ou Anitta limitam seus comentários em publicações apenas para quem eles seguem. Há a possibilidade de limitar para que ninguém comente nas publicações. Mais informações em: < <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/09/instagram-permite-escolher-quem-pode-comentar-nas-suas-fotos.ghtml>>. Acesso: 6 de jun. 2019

<sup>55</sup> Nome do usuário.

<sup>56</sup> Figurinhas.

<sup>57</sup> Imagens em movimento de curta duração.

<sup>58</sup> < <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-116344/>>. Acesso: 6 de jun. 2019.

<sup>59</sup> O Brasil ocupa o 2º lugar do *ranking* de usuários do *Instagram*. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso: 6 jun. 2019

em mais de 180 países com 1 bilhão de pessoas conectadas, o *WhatsApp* foi criado em 2009 com a missão de possibilitar a conversação entre pessoas em alternativa ao clássico SMS. Em 2019, a ferramenta já dispõe de vários recursos, como ligações e vídeo chamadas, que são protegidos através de criptografia.

O *WhatsApp* surgiu como uma alternativa ao sistema de SMS e agora possibilita o envio e recebimento de diversos arquivos de mídia: fotos, vídeos, documentos e localização, além de textos e chamadas de voz. Nossas mensagens e chamadas estão protegidas com a criptografia de ponta a ponta, o que significa que terceiros, incluindo o *WhatsApp*, não podem lê-las nem ouvi-las. Por trás de cada decisão está o nosso desejo de possibilitar que as pessoas se comuniquem sem barreiras, em qualquer lugar do mundo. (WHATSAPP, s/d, s/p)<sup>60</sup>

Assim como o *Instagram* e o *Facebook*, o *WhatsApp* agora possibilita o compartilhamento de *status* que seriam semelhantes aos *stories* dessas redes sociais, ficando disponíveis por 24 horas. O status só aparece para outros contatos que também tenham o número salvo<sup>61</sup> e pode ter a privacidade alterada. Também há a disponibilização do aplicativo para uso no computador, através do aplicativo próprio ou do *WhatsApp Web*.

Nesse aplicativo, é possível criar uma lista de transmissão que envia a mesma mensagem simultaneamente à vários contatos – o que pode ser um aliado no desenvolvimento dos “contatinhos”<sup>62</sup> com o clássico “oi, sumido(a)”. Essa frase pode ser utilizada quando quer-se iniciar uma paquera *on-line* com alguém que está muito tempo sem dar notícias – ou sumido(a). O jornalista Gustavo Lacombe (2018) publicou um artigo no site Superela<sup>63</sup> com algumas dicas de como não utilizar a frase “oi, sumido(a)” com os “contatinhos”, mas fazer de forma criativa algumas ações que ficam subentendidas, como mandar um “meme” divertido ou responder um *story*.

---

<sup>60</sup> Mais informações sobre o WhatsApp podem ser acessadas aqui: < <https://www.whatsapp.com/about/>>. Acesso: 7 jun 2019

<sup>61</sup> Fonte: FAQ WhatsApp < [https://faq.whatsapp.com/en/android/26000031/?lang=pt\\_br](https://faq.whatsapp.com/en/android/26000031/?lang=pt_br)>. Acesso: 6 jun. 2019

<sup>62</sup> Gíria utilizada para os contatos salvos no celular que podem ser potenciais românticos. Esse conceito será desenvolvido no capítulo 4.

<sup>63</sup> <<https://superela.com/pare-de-mandar-oi-sumido>>. Acesso: 7 jun. 2019

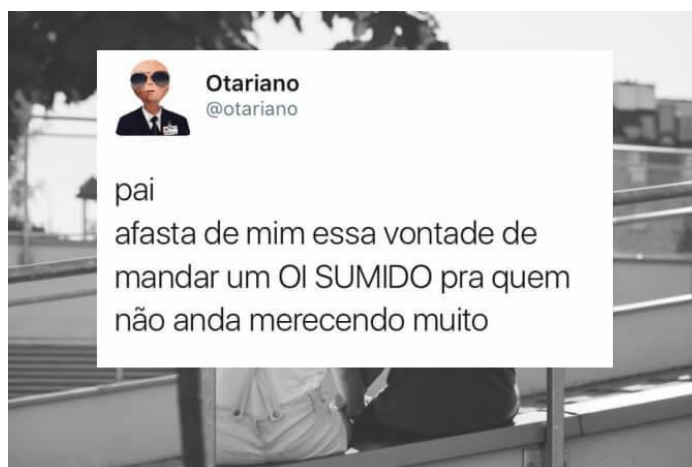


Imagem 5 – Tweet sobre o uso do “Oi, sumido(a)”.

Fonte: <https://superela.com/pare-de-mandar-oi-sumido>. Acesso: 7 jun. 2019

No site Clube de Mulher<sup>64</sup>, foi feito um artigo a respeito de “como flertar no *WhatsApp*”, fazendo inicialmente uma diferenciação entre flertar *on-line* e *off-line*, uso de *emojis* como linguagem corporal e as vantagens de flertar *on-line* em relação ao tempo para pensar no que vai ser enviado para o/a paquera e tempo de resposta. É dito que “rápido demais também não é bom (porque você fica ‘carente’), mas sempre se assegure de responder ao outro dentro de um prazo aceitável para manter vivo o processo de flerte” (CLUBE DE MULHER, s/a, s/p), porém, essa afirmação pode ser um tanto subjetiva.

O *WhatsApp* também dispõe do uso de *gifs* em suas mensagens. A novidade de 2018 foi a disponibilização das figurinhas. Com o caráter divertido, pode ser uma maneira para mandar uma indireta para o “*crush*” e iniciar o “desenrolô”. As figurinhas podem ser personalizadas, criadas pelo próprio usuário, existindo uma gama de figurinhas de temas sexuais. Com o uso das figurinhas, a prática de *sexting*<sup>65</sup> (que consiste no envio e recebimento de conteúdos sexuais como fotos, vídeos e textos para outra pessoa) pôde ser aprimorada. Num *thread*<sup>66</sup> iniciado na rede social *Twitter*, alguns usuários trocaram *prints* de conversas utilizando figurinhas<sup>67</sup>.

<sup>64</sup> < <https://clubedemulher.com.br/como-posso-flertar-pelo-whatsapp-imperdivel/>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>65</sup> *Sexting* é a forma encurtada de *Sexual Messaging* ou conversas sexuais. De acordo com Weisskirch e Delevi (2011) pode ser uma forma de manter ou iniciar um relacionamento.

<sup>66</sup> Tradução literal é “fio”, porém, a *thread* numa rede social significa uma conversa em que várias pessoas podem participar respondendo na mesma publicação (nesse caso, *tweet*).

<sup>67</sup> A *thread* completa pode ser conferida no link < <https://twitter.com/oiejuao/status/1069332768935550976>>. Acesso: 7 jun. 2019



Imagem 6: *Printscreen* com uso de figurinhas de teor sexual no *WhatsApp* para o flerte *on-line*.  
 Fonte: <https://twitter.com/oiejuao/status/1069332768935550976>. Acesso: 7 jun. 2019

É importante pontuar que todas as ações (como *likes*, “cutucadas”, uso das figurinhas, etc.) nessas e em quaisquer redes sociais, no entanto, partem de uma leitura subjetiva, assumindo um caráter polissêmico, e que de acordo com Santaella (2016 apud SILVA JUNIOR, 2018), “este leitor ‘onipresente’ nas redes sociais digitais mobiliza vários mecanismos e habilidades de leitura, dessa forma a subjetividade e capacidade de ressignificação é uma característica intrínseca desses novos leitores.” Por isso, é importante sempre ser analisado o contexto e momento em que as ações foram realizadas para se obter uma melhor interpretação.

Sobre o leque de oportunidades que as ferramentas *on-line* de comunicação podem oferecer para criar e manejar as relações interpessoais, em diferentes espaços e tempo, Primo e colaboradores (2017) utilizam o termo “conversas fluidas”<sup>68</sup>, o que faz referência ao que Zygmunt Bauman (2004) fala sobre a fluidez, conceito presente no “Amor Líquido”. É justamente sobre a mudança do “relacionar” para “conectar”, e assim os relacionamentos se tornam conexões. As diversas plataformas existentes servem para essa manutenção da relação interpessoal, como por exemplo uma conversa iniciada num post do *Facebook* pode migrar para um chat privado do *WhatsApp* ou *Instagram*. A plataforma/rede social escolhida para a

<sup>68</sup> Primo et al. define “conversações fluídas” como “interações dialogais que ocorrem em ambientes polimidiáticos, trocadas em mais de um serviço de comunicação digital, possivelmente usando variados aparatos técnicos (desktop, smartphone, Smart TV) e redes de conexão (cabo, 4G)” (PRIMO et al., 2017, p. 8).

interação depende da finalidade e disponibilidade de recursos que cada uma oferece, naquele momento. “Entre tantos condicionantes ‘epocais’, as conversações fluidas e o estado de conexão continuada (*always on*) transformam significativamente a criação, manutenção e rompimento de relacionamentos” (PRIMO, A. et al., 2017, p. 24).

Uma conversa iniciada no mundo *off-line* pode ser migrada para o mundo *on-line*. O fato do smartphone poder estar sempre conectado à internet, uma sensação de ansiedade e a espera de uma resposta imediata torna-se uma expectativa. Foram vistas as formas que as redes sociais atuam no campo amoroso, na parte do flerte e do “desenrolo”, porém, elas também podem ser utilizadas para o término de relações e gerar sentimentos ruins, como ciúmes e ansiedades. No capítulo “Despertando os mais variados sentimentos”, essas questões serão discutidas.

### 2.3 DEU *MATCH!* O USO DOS SITES E APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO

Um dos sites pioneiros no ramo e de maior influência com a finalidade de criar relacionamentos e promover encontros é o *Match.com* que, aqui no Brasil, é conhecido como ParPerfeito. Criado há mais de 20 anos, o grupo *Match* coloca em sua página na web que “hoje, numa era onde tem-se mais ‘*swiping*’<sup>69</sup> e menos ‘*liking*’<sup>70</sup>, somos orgulhosos em ser o aplicativo de encontros que acendeu milhões de histórias de amor e continua criando conexões significativas todos os dias”<sup>71</sup>. A frase traz um aspecto dicotômico em relação ao grupo *Match*, uma vez que o aplicativo de encontros *Tinder*, que também faz parte do grupo, possui uma proposta diferente, tendo inclusive na página principal do site uma propaganda do blog *Swipe Life*<sup>72</sup>, sendo destinado a outro tipo de público, como será visto a seguir.

Em 2018, o grupo *Match* fechou com receita de US\$ 1,7 bilhão<sup>73</sup>, demonstrando a força no ramo de relacionamentos e valor na economia. Como visto anteriormente, o *Tinder* é o segundo aplicativo mais rentável do Brasil, por exemplo. Em entrevista à *The Brief* em 2017<sup>74</sup>, o CEO brasileiro do grupo *Match* Marcos Moraes disse que a variedade de produtos não gera canibalização, mas sim uma ampliação do mercado. O *Tinder* tem uma “pegada” mais rápida e

<sup>69</sup> Ato de arrastar a tela.

<sup>70</sup> Sentido de dar “*like*” em outras pessoas.

<sup>71</sup> Today, in an age where there’s more swiping and less liking, we’re proud to be the dating app that has sparked millions of love stories and continues to create meaningful connections every day. Fonte: <<http://match.mediaroom.com/key-facts>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>72</sup> Para acessar: <[https://swipelife.tinder.com/?utm\\_source=tinderweb](https://swipelife.tinder.com/?utm_source=tinderweb)>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>73</sup> <<https://www.istoedinheiro.com.br/1076845-2/tinder/matchgroup/receita>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>74</sup> Entrevista disponível em <<https://www.thebrief.com.br/mercado/119044-grupo-match-tem-tantos-aplicativos-relacionamento.htm>>. Acesso: 8 jun. 2019

dinâmica, com menos detalhes no perfil, se adaptando ao público mais jovem e que não está procurando a pessoa perfeita e ideal. Já no ParPerfeito, há uma complexidade de cadastro<sup>75</sup>, sendo necessário todo um preenchimento de perfil e uma assinatura, indicado para quem está procurando um relacionamento mais sério, fazendo uma seleção bem mais específica e comprometida. Outro nicho é o de pessoas mais velhas e, por isso, foi criado o *OurTime*.

Os aplicativos de relacionamento mais populares entre os brasileiros são o *Tinder* e o *Happn*. Outros aplicativos de relacionamento com opções exclusivas para o público LGBT são *Grindr*, *Her*, *Femme* e *Hornet*. Recentemente, o *Facebook* lançou o *Facebook Dating*, na promessa de ser um concorrente do *Tinder*. Os usos mais frequentes de aplicativos de relacionamentos se dão pela busca de relacionamentos amorosos duradouros, mas também por relacionamentos efêmeros e do momento, como constatado por Damião Rocha e Marcos Coelho (2018).

O *Tinder* foi criado em 2012 e ganhou popularidade no Brasil em torno de 2015. De acordo com o site da plataforma, possui cerca de 2 bilhões de visualizações por dia, 30 bilhões de combinações totais, e está presente em mais de 190 países, sendo uma plataforma global<sup>76</sup>. A proposta do aplicativo é facilitar o processo de conhecer novas pessoas, proporcionando milhões de “matches” diários em todo o mundo.

Pense no *Tinder* como seu parceiro mais confiável — onde quer que você vá, nós estaremos lá. Se você está aqui para conhecer pessoas novas, expandir sua rede social, conhecer pessoas locais quando está viajando ou apenas viver o agora, você veio ao lugar certo. Somos um dos melhores aplicativos de relacionamento do mundo por uma boa razão: proporcionamos mais de 26 milhões de Matches por dia. Quantos aplicativos de encontro fazem isso? (*TINDER*, s/d, s/p)<sup>77</sup>

Apesar da grande popularidade do *Tinder*, o site Canal Tech listou 10 aplicativos de paquera que podem ser alternativas<sup>78</sup>, com aplicativos como o *Kickoff* e *Happn*. Atualmente, é possível utilizar o aplicativo *Tinder* através do navegador web, tirando a limitação e necessidade de acessar através de um dispositivo móvel.

Aplicativos de relacionamento concretizam as características do amor líquido. O procedimento é simples: primeiro inicia-se uma busca por parceiros de acordo com as

<sup>75</sup> Ao fazer cadastro no site Match.com, é possível acessar em outros sites do grupo, como ParPerfeito, Divino Amor, G encontros, Femme, OurTime e SingleParentMeet. A complexidade de cadastro no site Match.com é alta no sentido de preenchimento de informações completas de perfil, características físicas pessoais e da pessoa que está buscando e, após todo o preenchimento, o perfil é encaminhado para uma análise pela equipe de qualidade para ser ativado. <<https://www.parperfeito.com.br/>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>76</sup> Dados disponíveis em <<https://www.gotinder.com/press?locale=pt-BR>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>77</sup> Disponível em: <<https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004647686-O-que-%C3%A9-o-Tinder->>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>78</sup> Lista completa disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/apps-de-paquera-confira-10-alternativas-ao-tinder/>. Acesso: 8 jun. 2019

características escolhidas pelo usuário (como idade, sexo e distância). Depois, os aplicativos selecionam usuários que possam ter identificação com quem está procurando, expondo perfis com fotos e descrição para que posteriormente ele/ela possa analisar e verificar se a pessoa localizada faz ou não seu tipo. Se o perfil localizado for de encontro ao que o usuário está procurando, ele pode arrastar a tela para direita e dar *like* (indicando que "Gostou"), no entanto, caso o perfil localizado não seja tão interessante (para ele), basta simplesmente deslizar a tela no sentido da esquerda e do *dislike* (indicando "Não gostei"), e um novo perfil será localizado pelo mecanismo de busca do aplicativo. O "*match*" só é dado caso ambas pessoas tenham se gostado e, a partir desse momento, os usuários podem iniciar uma conversa. Caso ocorra a perda de interesse, é possível deletar o usuário da sua lista. Na descrição sobre como utilizar o aplicativo, a empresa *Tinder* enfatiza a facilidade e divertimento causado ao procurar pessoas, classificá-las de acordo com o interesse do usuário e dar o esperado *match* com outra pessoa:

Deslize. Dê um Match. Converse. Encontre. É muito fácil e divertido usar o *Tinder*: deslize para direita se curtir alguém ou para esquerda se não estiver interessado. Se alguém curtir você de volta, deu Match! Criamos o processo de dupla confirmação, por isso, o Match só acontece quando há interesse mútuo. Sem estresse. Sem rejeição. É só deslizar, dar um Match e conversar *online* com seus Matches. Depois, que tal deixar seu telefone de lado e conhecer pessoas na vida real para dar início a algo novo. (*TINDER*, s/d, s/p)<sup>79</sup>

Paola Bonavitta (2015) questionou-se se o amor se converteu em um negócio rentável de acordo com o modo que constituímos e vivemos as relações e, ao que tudo indica, esse caminho está sendo trilhado a partir da quantidade de aplicativos criados e dinheiro gerado. O ParPerfeito, como visto anteriormente, possui um esquema de assinaturas. Outros aplicativos de relacionamento possuem assinaturas *premium*, como o caso do *Tinder*, que disponibiliza uma assinatura *Tinder Plus*<sup>80</sup> e *Tinder Gold*<sup>81</sup>, além de outras compras pelo aplicativo. Ao entrar na loja virtual da iOS, uma lista de valores de compras dentro do aplicativo é disponibilizada. Por conta dessas funcionalidades, o *Tinder* se torna um dos aplicativos mais rentáveis.

<sup>79</sup> Disponível em: <<https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004647686-O-que-%C3%A9-o-Tinder->>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>80</sup> O *Tinder Plus* disponibiliza curtidas ilimitadas, o passaporte (que mostra pessoas solteiras de todo o mundo), opção de voltar a escolha (caso tenha deslizado o dedo no sentido contrário ao desejado), *boost* do perfil (para que fique destacado entre os principais durante 30 minutos) e *Super Likes* adicionais (para chamar atenção da pessoa que o usuário deu um *like* e aumente as chances de receber um *like* de volta. <<https://itunes.apple.com/br/app/tinder/id547702041?mt=8>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>81</sup> O *Tinder Gold* disponibiliza, além dos benefícios do *Tinder Plus*, um recurso que mostra quais usuários curtiram o perfil, deixando o *match* mais fácil e rápido. Esse recurso é chamado de "Curtiu você" e é apelidado como assistente pessoal de curtidas, para que o usuário "diga adeus ao cansaço das deslizadas". <<https://itunes.apple.com/br/app/tinder/id547702041?mt=8>>. Acesso: 8 jun. 2019

Compras dentro do app	1. 1 Boost	R\$ 14,90
	2. 5 Super Likes	R\$ 18,90
	3. Tinder Plus	R\$ 31,90
	4. Tinder Plus	R\$ 64,90
	5. Tinder Gold	R\$ 48,90
	6. Tinder Gold	R\$ 97,90
	7. Tinder Plus	R\$ 31,90
	8. Tinder Gold	R\$ 25,90
	9. Tinder Plus	R\$ 64,90
	10. Pacote de 5 Boosts	R\$ 54,90

Imagem 7: valores para compras dentro do aplicativo *Tinder* para benefícios, como mais likes ou visibilidade do perfil, na App Store.

Fonte: <https://itunes.apple.com/br/app/tinder/id547702041?mt=8>. Acesso: 8 jun. 2019

Como a rede *Facebook* está sempre sintonizada no que está *trending*<sup>82</sup>, fez um anúncio para o Brasil no dia 30 de abril de 2019 de uma novidade em sua plataforma: o *Facebook Dating*<sup>83</sup>, que pode se tornar um rival da plataforma *Tinder* e *Happn* na busca de relacionamentos amorosos. Com o raio de localização de pessoas em até 100 quilômetros, sua proposta é encontrar pares românticos reais, de acordo com a gerente de produto do *Facebook* Charmaine Hung<sup>84</sup> em entrevista ao UOL Tecnologia. Disponível apenas para maiores de 18 anos, de acordo com o *Newsroom* do *Facebook*<sup>85</sup> (2019), o *Facebook Dating*: possui um perfil separado do *Facebook*; consegue encontrar pessoas de acordo com interesses em comum, através de suas preferências na rede social; possui controle de privacidade, em que o usuário pode optar em aparecer ou não amigos em comum; começa uma conversa, após o usuário clicar em “Tenho interesse”, aguardando o retorno do *crush*; tem a possibilidade de ver pessoas que estão nos mesmos eventos e grupos para que também possam ver o usuário. Além disso, terá um recurso chamado “*Crush Secreto*”, em que o usuário poderá adicionar até 9 *crushes* e, caso o *crush* o adicione de volta, fará uma espécie de *match*, e como ferramenta de segurança a opção de “compartilhamento em tempo real” com amigos selecionados do *Facebook* para se sentirem mais seguros durante o encontro presencial. Com mais de 200 milhões de pessoas que estão com o status de relacionamento como “solteiro(a)” na plataforma, o *Facebook Dating* é mais

<sup>82</sup> Sentido de “tendências”.

<sup>83</sup> O *Facebook Dating* está presente em outros 13 países. Mais informações: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/04/30/tinder-do-facebook-dating-chega-ao-brasil-veja-como-usar-e-achar-crushs.htm>.> Acesso: 04 jun. 2019

<sup>84</sup> "As pessoas querem achar novas pessoas, mas também criar romances. Estamos focados em relacionamentos de verdade, que as pessoas se conheçam com o tempo", afirmou Charmaine Hung, gerente de produto do *Facebook*, em entrevista ao UOL Tecnologia.... – Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/04/30/tinder-do-facebook-dating-chega-ao-brasil-veja-como-usar-e-achar-crushs.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso: 04 jun. 2019

<sup>85</sup> Mais informações: <<https://br.newsroom.fb.com/news/2019/04/facebook-dating-chega-ao-brasil/>> Acesso: 04 jun. 2019



uma opção disponível para futuros pares românticos. De acordo com o site Olhar Digital <sup>86</sup>, o chat do *Facebook Dating* não possui opção de enviar fotos ou vídeos: apenas textos e *emojis* são permitidos!

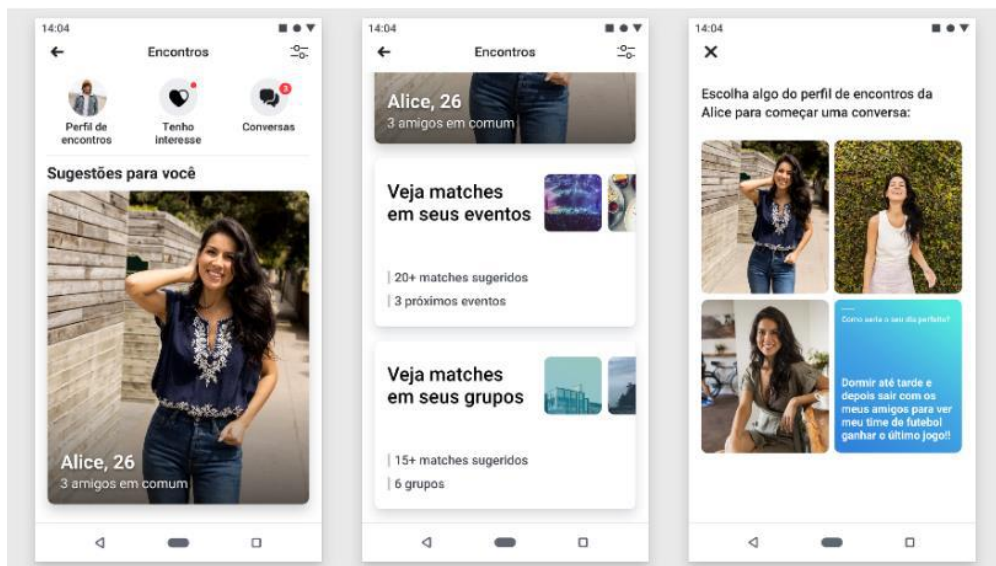


Imagem 8: Fotos da tela do *Facebook Dating*.

Fonte: <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/04/30/tinder-do-facebook-dating-chega-ao-brasil-veja-como-usar-e-achar-crushs.htm>. Acesso: 5 jun. 2019

O uso de aplicativos de relacionamento têm inspirado a criação de séries audiovisuais sobre o assunto. Em junho de 2019, foi lançada “Shippados”, uma nova série da GloboPlay<sup>87</sup>, que conta a história de um casal jovem adulto que estava em busca de parceiros ideais e que possam amar de verdade através dos aplicativos e redes sociais e, nessa busca, acabam se encontrando. A série reforça o uso e mediação das relações através da internet. Voltadas para um mundo mais tecnológico e futurísticos, a *Netflix* lançou em 2019 a série “Osmosis”, que tem seu enredo baseado na busca frequente das almas gêmeas<sup>88</sup> e como solução, foi criado um aplicativo que promete o encontro de almas gêmeas através de informações cerebrais; além de um episódio da franquia *Black Mirror* lançado na 4ª temporada chamado “Hang the DJ”, que conta a história de um casal “virtual” que se rebelou contra o sistema de encontros (bem parecido com o *Tinder*) que determinava quanto tempo a relação poderia durar, mas que na verdade esse casal era uma simulação dentro de um aplicativo que mostrou que em 99,8% das

<sup>86</sup> <<https://olhardigital.com.br/noticia/facebook-dating-chega-ao-brasil-conheca-o-tinder-da-rede-social/85300>> Acesso: 05 jun. 2019

<sup>87</sup> <<https://gshow.globo.com/series/shippados/noticia/tata-werneck-e-eduardo-sterblitch-apresentam-shippados-confira-making-of-exclusivo.ghtml>>. Acesso: 9 jun. 2019

<sup>88</sup> <<https://pipocamoderna.com.br/2019/03/osmosis-trailer-de-nova-serie-francesa-sobre-aplicativo-do-amor-lembra-black-mirror/>>. Acesso: 9 jun. 2019

simulações eles ficariam juntos e, com isso, os casais “reais” se encontram no bar e deletam os perfis no aplicativo (sendo uma analogia a excluir o perfil dos *apps* de relacionamento após encontrar alguém que vê um futuro). Devido ao sucesso do episódio, foi lançado um site que simula esse aplicativo para que o internauta possa simular o tempo que a relação dele com a outra pessoa (para quem o link foi enviado) irá durar<sup>89</sup>.



Imagem 9: Simulação do *Coach.Dating*.  
Fonte: <https://coach.dating/>. Acesso: 9 jun. 2019

De acordo com Hobbs, Owen e Gerber (2017), os aplicativos de encontro podem funcionar sim como uma busca de parceiros para desenvolver relacionamentos estáveis, o que refuta a teoria da liquidez de Bauman (2004). Eles amarram a ideia com o que Giddens (1991) irá falar sobre “relacionamento puro”, que através dos aplicativos de encontro as pessoas podem se conhecer e assim desenvolver uma relação caso desejem. Assim, “há a possibilidade de liberdade, oportunidades e prazeres, como também traz novos riscos de ansiedade, autoimagem e amor.” (HOBBS; OWEN; GERBER, 2017, p. 12). O ParPerfeito possui um blog com histórias de casais que se conheceram através da plataforma e que estão juntos<sup>90</sup> e o *Tinder* incentiva que seus usuários enviem as histórias de amor escritas através do aplicativo<sup>91</sup>. De acordo com o ParPerfeito, são 2 mil pares formados por mês.

Para Paola Bonnavita (2015), o uso recorrente de aplicativos de relacionamento exemplifica o estado atual das relações sociais. “Relações líquidas em um mundo líquido, que

<sup>89</sup> Fonte: <<https://nit.pt/coolt/televisao/ja-viu-episodio-black-mirror-netflix-criou-mesmo-app>>. A simulação está disponível em <https://coach.dating/>. É necessário enviar o link que será gerado para a pessoa que o usuário gostaria de ver o tempo de relacionamento restante. Acesso: 9 jun. 2019

<sup>90</sup> <<http://blog.parperfeito.com.br/historias-de-sucesso/>>. Acesso: 8 jun. 2019

<sup>91</sup> <<https://www.gotinder.com/contact?locale=pt-BR>>. Acesso: 8 jun. 2019

começam e se evaporam no mesmo instante, onde a paixão dura segundos e o amor é efêmero. Onde a aposta não transcende o presente e os vínculos não apontam a estabilidade” (BONNAVITA, 2015, p. 201, tradução nossa<sup>92</sup>). A casualidade das relações é resultado do amor confluyente conceitualizado por Giddens (1993), que dá liberdade às pessoas a experimentarem e viverem novas relações da forma que (ambos) quiserem, sem a necessidade de ser para sempre, mas sim, no agora.

[...] Foram criados aplicativos que são usados diretamente do celular e que funcionam com o modo “delivery sexual-amoroso”. *Tinder*, *Kickoff* e *Brenda* vieram ao mundo para se instalarem como espaços próprios de uma modernidade líquida que usa e abusa do amor líquido, e onde o imediatismo se torna urgente e as emoções ocupam um segundo plano. (BONNAVITA, 2015. p. 198, tradução nossa<sup>93</sup>)

Sem dúvidas, com o alto número de ferramentas destinadas para encontros são criadas possibilidades de formação de pares, desde os menos estáveis (de curta duração) até os mais firmes. A partir do que foi apresentado, serão explicadas as novas formas de se relacionar e suas tipologias, desde o relacionamento menos sério para o mais estável. Também serão conceitualizadas de maneira aprofundada algumas palavras que foram utilizadas nesse capítulo, como “*crushes*” e “*contatinhos*”, presentes no cotidiano dos jovens.

---

<sup>92</sup> Relaciones líquidas en un mundo líquido, que comienzan y se evaporan en el mismo instante, donde la pasión dura segundos y el amor es efímero. Donde la apuesta no trasciende el presente y los vínculos no apuntan a la perdurabilidad.

<sup>93</sup> [...] Y se crean aplicaciones que se usan directamente desde el celular y que funcionan a modo de “delivery sexual-amoroso”. *Tinder*, *Kickoff* y *Brenda* llegaron al mundo para instalarse como espacios propios de una modernidad líquida que usa y abusa del amor líquido, y donde la inmediatez se vuelve urgente y las emociones ocupan segundos planos.

### 3 ESQUEMA, *ROLO E BEIJO*<sup>94</sup>: AS NOVAS FORMAS DE SE RELACIONAR E SUAS ESPECIFICAÇÕES

Para uns, rotular a relação “é coisa do passado”. Para outros, ter essa questão bem definida é muito importante. As relações amorosas atuais não se limitam apenas em namoro e casamento, nem em namorado(a) e marido/mulher. Outros termos são utilizados entre os jovens para classificar as suas relações interpessoais, como “ficada” e “pegação”. Não há mais a limitação de apenas um(a) parceiro(a) no relacionamento, como é visto no poliamor. Amizade e sexo podem andar juntos, afinal, para que separar as duas coisas e não as unir numa amizade colorida?

As visões do público masculino e feminino durante um envolvimento romântico podem ser diferentes. Através de um estudo realizado no Brasil por Andrade, Wachelke e Howat-Rodrigues (2015), foi constatado que, para as mulheres, as variáveis do Triângulo do Amor (intimidade, paixão e decisão/compromisso) de Sternberg (1986) são importantes para uma relação e vivência do amor completo, tendo a variável compromisso destacada como a mais importante. Os homens, no entanto, as variáveis destacadas foram intimidade e paixão, sendo necessário maiores estudos para entender o porquê de a variável compromisso não ser significativa. A Teoria Triangular do Amor de Sternberg (1986, 1989 apud ANDRADE; WACHELKEB; HOWAT-RODRIGUES, 2015) define que o relacionamento amoroso de sucesso precisa de três componentes para existir: intimidade, paixão e decisão/compromisso. Na falta de um desses componentes, o amor na relação não estará completo: com apenas a intimidade, a relação se aproxima mais de uma amizade; se há a presença apenas da paixão, a relação terá muito desejo sexual, que se esgotará com o tempo; e se a relação tiver apenas compromisso, será um amor vazio, sem intimidade e atração sexual.

Através de estudos acerca dos tipos de relacionamento, serão abordadas as categorias dos relacionamentos estáveis e instáveis, conceitualizando relações como “ficadas”, “rolos”, “namoro”, por exemplo, que foram estudadas por Messeder (2002), Blandón e López (2016) e e Chaves (2016). Cada palavra determina um grau de envolvimento e estabilidade na relação e podem ser criadas reflexões com os conceitos de “amor líquido” de Bauman (2004) e “amor confluyente” de Giddens (1993). A partir do uso de dicionários formais e informais, este capítulo também irá falar sobre as novas formas de “classificação” dos envolvidos no (possível) relacionamento, conceitualizando termos como “contatinhos”, “*crushes*” e “ficantes”.

---

<sup>94</sup> O título do capítulo foi baseado na música cantada por Solange Almeida. <<https://www.lettras.mus.br/solange-almeida/esquema-rolo-e-beijo/>>. Acesso: 10 jun. 2019

### 3.1 ESCALA DO RELACIONAMENTO SÉRIO: DA EFEMERIDADE A ESTABILIDADE – DA PEGAÇÃO AO NAMORO

Na atualidade é difícil pensar em um modelo amoroso dominante/ legitimado no sentido de haver uma forma relacional, a qual é imposta a todos como a melhor, a correta e a que deve ser seguida por todos. Parece não existirem mais regras e normas claras e rígidas que orientem ou restrinjam as práticas amorosas. Mais facilmente, o que vemos é a pluralidade do campo amoroso e a sua exploração serem estimuladas, além de – ao menos a princípio – não serem limitadas. (CHAVES, 2016, p. 322, grifo da autora)

Os “rótulos” atribuídos ao tipo de relacionamento podem variar de acordo com o grau de envolvimento amoroso e comprometimento da relação. O “namoro” seria um título dado à um relacionamento sério, em que se assume um compromisso firme com a outra pessoa. Termos como “pegar”, “ficar”, “ter um esquema” ou “rolo” estão num patamar abaixo de um relacionamento sério. Numa escala de grau de, as etapas de um relacionamento **podem ser** (e não **são**): “pegar”, (ter um) “rolo”, “ficar” e “namorar”. A partir das (várias) experiências amorosas, românticas e sexuais, relacionamentos firmes podem ser desenvolvidos posteriormente. Logo, segue-se uma lógica de que “é preciso ficar com várias pessoas antes de namorar alguém e é preciso namorar algumas ou várias vezes antes de morar junto ou casar” (CARLOS; LAGO; GROSSI, 2010, p. 3).

Para os jovens, quando “se pega” alguém, significa que pelo menos houve uma troca de beijos, podendo ser encaminhada (ou não) para uma relação sexual (OLIVEIRA et al., 2007 apud CARLOS, 2011). Analisando os jovens do público masculino, Messeder (2002) compreende que o “pegar” seria uma forma mais ríspida e desrespeitosa de falar que está “ficando” com alguém. Além disso, a expressão “estou pegando” traz a ideia de quem é a pessoa ativa da relação, sobre quem pega e quem é “pego”. Logo, “ficar” já seria a forma suavizada do “pegar”, que aos poucos vai adquirindo uma forma de envolvimento afetivo mais concreto e respeitoso para substituir o “estou pegando”.

O “ficar” e “rolo” são coisas diferentes, de acordo com Afonso (1997 apud MESSEDER, 2002, p. 10). O “rolo” seria a repetição do pegar, ou seja, repetições pontuais das práticas sexuais, mesmo que sem compromisso algum. Um exemplo poderia ser uma relação entre duas pessoas que sempre se encontram na balada, se beijam, mas depois cada um vai para a sua casa e a interação acaba ali, sendo sempre pontual, ou duas pessoas que se encontram apenas para satisfazerem seus desejos sexuais. O “ficar” já estaria num patamar acima, porém sendo uma *pseudo* construção de algo mais firme, mas mesmo assim sem compromisso, o que pode abrir caminhos para novas experimentações e conhecer novas pessoas. A partir do “estar

ficando”, caso ambas pessoas estejam dispostas, um relacionamento pode ser desenvolvido, passando para um namoro. Reflexões acerca dessas formas de se relacionar são criadas, onde há uma visão da transmutação entre o amor romântico para o amor confluyente (RIETH, 1998, p. 130 apud MESSEDER, 2002, p. 9).

A relação do tipo “esquema” possui uma similaridade e concomitância com a fase do “pegar”, podendo chegar num patamar de “rolo”, sendo um tipo de relação na qual as pessoas envolvidas se encontram para fins sexuais, sem assumir um tipo de compromisso sério. Não há um envolvimento romântico, sendo puramente e exclusivamente sexual. Uma das definições coloquiais de “esquema”, segundo o dicionário *on-line* Michaelis<sup>95</sup>, é uma forma de gerenciamento, tendo a expressão “armar um esquema” o significado de “planejar ações efetivas para a execução de uma tarefa”. Essa expressão também é utilizada por jovens, com o sentido de amar encontros com outras pessoas com a finalidade sexual. Na música “Esquema que fala, né”<sup>96</sup>, de Felipe Araújo, fala da falta de retorno da outra pessoa em relação a ele, pois não há reciprocidade na relação, apenas quando a outra pessoa quer se encontrar para “fazer amor”, logo, há o questionamento se a relação seria uma espécie de “esquema”: “É esquema que fala né / Assume que é só isso que cê quer / Fazer amor depois é cada um pros seus rolé / Se for pra eu me adaptar então já é / Confirma aí se hoje está de pé”.

“Ficar”, “ficar ficando” e namorar podem funcionar como uma escala de envolvimento no relacionamento (CHAVES, 2016) em que se inicia a partir do momento que você “fica” com a pessoa uma primeira vez, podendo ser algo efêmero ou não, se prolongando em saídas contínuas e com certo grau de envolvimento onde as pessoas começam a se conhecer de fato e, assim, podendo se transformar no namoro:

“Ficar”, ficar “ficando” e namorar são práticas amorosas que podem ou não estar vinculadas, ou seja, encadearem-se em uma sequência linear. Quando há um encadeamento entre essas práticas, os jovens percorrem em ordem crescente aquilo que, então, pode ser considerado como diferentes etapas de um relacionamento amoroso. Assim, primeiro eles “ficam”, depois vão “ficando” (ficar “ficando”) e, por fim, namoram. (CHAVES, 2016, p. 326)

Para conhecer melhor a outra pessoa é necessário passar por fases e, se tudo na relação for aprovado, pode se tornar algo mais concreto, como no modelo de “relacionamento puro” de Giddens (1993): só ocorre se ambos estiverem felizes e quiserem a relação. As pessoas têm mais liberdade em todos os sentidos, sendo essa expandida também no âmbito dos relacionamentos. Por isso, se a pessoa quiser “ficar por ficar”, ela tem o direito, diferente de antigamente em que as pessoas se casavam muitas vezes sem conhecer o parceiro. O namoro

<sup>95</sup> < <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=esquema>>. Acesso: 15 jun. 2019

<sup>96</sup> < <https://www.letras.mus.br/felipe-araujo/esquema-que-fala-ne/>>. Acesso: 15 jun. 2019

propriamente dito é firmado após ambos “chegarem no acordo” do compartilhamento de suas vidas, no sentido dos interesses e prioridades, e se estiverem felizes com a relação a ponto de “abrir mão” de sua “liberdade” e passar a “dar satisfação”. Popularmente, há um pedido para que seja oficializado.

Mesmo com toda a liberdade que as pessoas têm em conhecer novos parceiros, muitos jovens estão à procura de uma estabilidade e sinceridade dentro das relações, de acordo com A. Blandón e L. López (2016). Para entenderem como estão configuradas as novas relações atuais, durante entrevistas realizadas com jovens de 18 a 25 anos, algumas classificações chamaram a atenção, como “amigos com benefícios<sup>97</sup>”, “rolos” e “ficantes”, e o uso das categorias “relações sexuais” e “relações virtuais”. Essas novas formas de se relacionar não pretendem a construção de laços rígidos, mas sim de construção de confiança e intimidade (BLANDÓN; LÓPEZ, 2016). Essas diversas formas de relacionamento também são facilitadas a partir das múltiplas opções e ferramentas que podem ser encontradas na Internet.

Os “amigos com benefícios”, de acordo com A. Blandón e L. López (2016), seriam amigos que possuem vínculos que transcendem uma relação de amizade: há troca de carícias íntimas e relações sexuais, podendo parar a qualquer momento e sem uma criação de um relacionamento propriamente dito.

“Rolos”, “ficantes” ou “amigos com benefícios”: todos denotam que têm direitos sobre o outro; pode-se contar com a companhia um do outro; há interações físicas quando se deseja e desse modo pode abandoná-las ou trocá-las por aquelas oferecidas em outra relação. Esses tipos de relação combinam amizade com afeto e proximidade física representada em abraços, beijos, carícias, sem comprometer-se abertamente com o outro ou diante de círculos sociais. (BLANDÓN; LÓPEZ, 2016, p. 510, tradução nossa<sup>98</sup>)

O filme americano “*Friends with Benefits*”, com tradução no Brasil de “Amizade Colorida”, traz um retrato de como funcionam essas relações de “amigos com benefícios”, sendo que durante essa relação (que deveria ser exclusivamente sexual) os personagens se envolvem e acabam ficando juntos. Pode ser dito que na produção cinematográfica a relação fracassou, pois saiu dos moldes de sem compromisso e envolvimento que os “amigos com benefícios” se propõem.

Portanto, as categorias do “pegar”, (ter um) “rolo” ou “ficar” ilustram as “relações de bolso” descritas por Bauman (2004), a partir da ideia central de ser uma relação efêmera, do

<sup>97</sup> Também conhecido no Brasil como “amigos coloridos”. O uso do termo “P.A” (que significa “pau amigo”) também pode ser utilizado, por ser alguém cuja relação seja puramente sexual e sem vínculos amorosos, podendo essa pessoa ser uma amiga ou não.

<sup>98</sup> Amigovios, parche o amigos con derecho; todas denotan que hay derechos sobre el otro, se puede acceder a su compañía, a las interacciones físicas cuando se desee y de ese modo abandonarlas o cambiarlas por las que se ofrezcan en otra relación. Este tipo de relaciones combinan, amistad con afecto y cercanía física representada en abrazos, besos, caricias, sin comprometerse abiertamente con el otro, ni ante el círculo social.

momento, que sirva apenas para satisfazer o momento, sem compromisso ou comprometimento com a outra pessoa, personificando o que seria “amor líquido”. Já o namoro, assume um papel de “relacionamento puro”.

Se a relação estabelecida é apenas de “pegação”, “rolo” ou “esquema”, o(a) jovem assume um papel de “peguete”, de um modo *blasé*, como pode ser um(a) “ficante”, quando há um envolvimento maior na relação do “ficar ficando”. A classificação de “namorado(a)” é dada após ambas as partes do relacionamento chegarem no acordo do compartilhamento de suas vidas e ciclos sociais.

Para se referirem às pessoas no aspecto amoroso/romântico, outros termos também fazem parte do cotidiano dos jovens, sendo expressões muito utilizadas na internet, redes sociais e em produções musicais. Seus usos podem variar de acordo com a relação – sendo ela existente ou não. Na lista dos termos mais recentes, temos o “@”<sup>99</sup> e “cremoso(a)”, assim como “contatinho” e *crush*. De modo mais divertido, “cremoso(a)”, por exemplo, abrange uma ideia de beleza física, podendo significar que esse alguém com quem se relaciona é popularmente “gostoso(a)” ou “bonito(a)”<sup>100</sup>. O “@” faz relação ao ato de mencionar alguém nas redes sociais (como *Instagram* e *Twitter*), e é utilizado para falar indiretamente do *crush*, muitas vezes utilizando a expressão “vc qr, @?”<sup>101</sup>. Quando é uma relação que ainda não existe (ou seja, pode ser uma potencial relação), o uso de “contatinho” ou “*crush*” para se referenciar a outra pessoa é comum. Essas duas categorias serão exploradas na próxima seção.

### 3.2 OS “CONTATINHOS” E OS “CRUSHES”

O “contatinho”, popularmente, seria uma pessoa que estaria, literalmente, na lista de contatos (do celular/redes sociais) para ser “invocada” nos momentos propícios de carência, como a vontade de ter uma companhia para uma noite fria e assistir à um filme na *Netflix*. Segundo o site Qual é a Gíria<sup>102</sup>, “o ‘contatinho’ é o contato de alguém que você tem na agenda do seu celular. O contato de uma garota, um rapaz, alguém que você tem interesse”, e a fama foi atribuída após o lançamento da música do cantor MC TH cuja letra falava “várias danadinhas no contatinho do pai”. O cantor Nego do Borel junto de Luan Santana lançou a

<sup>99</sup> Lê-se “arroba”.

<sup>100</sup> Definição do site Qual é a gíria. <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/cremosa/>>. Acesso: 11 jun. 2019

<sup>101</sup> <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/vc-quer/>>. Acesso: 13 jun. 2019

<sup>102</sup> <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/contatinho/>>. Acesso: 12 jun. 2019



música “Contatinho”<sup>103</sup>, que na letra falava que, se a amada sumisse, não teria problema, pois era só acionar o contatinho.

O “*crush*” é uma gíria vinda do inglês, sendo “alguém por quem você tem uma ‘queda’, alguém por quem você seja apaixonado”, de acordo com o site Qual é a gíria<sup>104</sup>. Assim como para Rocha e Coelho (2018, p. 10), o sentido dado pelos internautas tem relação “desejo (amor, atração, paixão) instantâneo por uma pessoa”. No Brasil, o uso do termo “*crush*” teve uma grande explosão a partir de 2017<sup>105</sup>. A música “Poxa, *Crush*”<sup>106</sup> de Nicks Vieira chamou muita atenção: foi motivo de *memes* na época e devido ao grande número de visualizações teve até um clipe oficial lançado<sup>107</sup>. A letra da música, que inicia com “Quem que não tem um *crush*, né? / Ah, eu tenho certeza que todas tem um *crush*!”, fala sobre a falta de correspondência do “*crush*” para ela, que é fissurada (“Estou obcecada, não sei o que fazer / De 10 coisas que eu penso, 9 são só em você”) e tem muita paixão por ele, fazendo questão de chamar atenção nas redes sociais (“Poxa, *crush*, estou te idolatrando / Suas fotos do *Instagram*, todas tô [sic] salvando”) e até abrindo mão dos outros “contatinhos” (“Mas com você foi tão diferente / Dou bloqueio nos contatinho [sic] e você não me entende”).

Os “*Crushes*” também podem ser experienciados por pessoas em relacionamentos estáveis, ou seja: é possível ter “*crush*” em outra pessoa estando num relacionamento sério, sem de fato ocorrer uma traição. Buscando entender sobre “*crushes*” fora de um relacionamento estável, M. Mullinax e colaboradores (2016) fizeram uma pesquisa *online* e anônima para mulheres que tinham atrações por outras pessoas: um “*crush*”. O conceito de “*crush*” utilizado em seu estudo é de pessoa que ocupa um espaço nos pensamentos de alguém ou a pessoa pela qual há atração física, emocional ou intelectual, não sendo essa pessoa seu/sua parceiro(a) (MULLINAX et al., 2016). A maioria da amostra, que teve como foco mulheres jovens adultas, não comunicou aos seus companheiros sobre esses sentimentos e, quando comunicavam, era num tom de brincadeira. As respondentes já tiveram algumas experiências e estratégias em lidar com esses “*crushes*” durante os relacionamentos que viviam, muitas vezes não ocorrendo

<sup>103</sup>: <<https://www.letras.mus.br/mc-nego-do-borel/contatinho/>>. Acesso: 12 jun. 2019

<sup>104</sup> <<https://www.qualegiria.com.br/giria/crush/>>. Acesso: 11 jun. 2019

<sup>105</sup> Analisando a partir da plataforma *Google Trends*, que mede a tendência dos termos, os picos de maior relevância tiveram início em 2017. De 2017 até o 12 de junho de 2019, o termo não teve queda expressiva na popularidade/interesse segundo os critérios da plataforma (abaixo de 50 pontos). Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2016-01-01%202019-06-12&geo=BR&q=crush>>. Acesso: 12 jun. 2019. A busca pelo termo “memes para crush” chegou a ter um pico de 100 pontos no período de 4 a 10 de novembro de 2018. Disponível em <<https://trends.google.com.br/trends/explore?q=memes%20para%20crush&date=2016-01-01%202019-06-12&geo=BR>>. Acesso: 12 jun. 2019

<sup>106</sup> O vídeo original tem mais de 14 milhões de visualizações. Está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fy5cbFxoS2M>>. Acesso: 11 jun. 2019

<sup>107</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DkeO78mG0t8>>. Acesso: 11 jun. 2019

nenhuma ação física. Ou seja, é possível ter um “*crush*”, em outra pessoa, mesmo com o relacionamento atual estando feliz (MULLINAX et al., 2016).

Interessante pensar que o significado dado a “*crush*” que os jovens estão utilizando nas redes sociais, como grupos do *Facebook*, permanece basicamente o mesmo, porém não leva em consideração o fato de que apenas ocorre quando a pessoa já está num relacionamento e possui “*crush*” por alguém (apesar de muitos no grupo LDRV estarem num relacionamento e ainda assim falarem que tem “*crush*” em outra pessoa). Portanto, “*crush*” assume um papel de pessoa pela qual há uma pequena paixão, uma “queda”, mas não necessariamente uma ação/interesse físico e real.

Pode ser pensado um fluxo que segue um sentido “contatinho”, “*crush*”, “peguete”, “ficante” até “mozão”. Mas afinal, o que seria um “mozão”? É uma gíria vinda da palavra “amor”, que pode ser um apelido dado à uma pessoa de um relacionamento (namorado(a), marido/esposa) ou até uma pessoa pela qual se tem carinho, mas não necessariamente um relacionamento amoroso. Para utilizar a palavra “mozão”, no entanto, é necessário ter algum vínculo amoroso, de acordo com o site Qual é a gíria<sup>108</sup>.

Tanto a categoria de “contatinho” e de “*crush*” assumem características da liquidez das relações descritas por Bauman (2004), uma vez que são efêmeras e facilmente substituíveis. A “paixonite” pode ser substituída a qualquer momento ou coexistir com outro “*crush*”. Num dia, ela pode existir e no outro sumir. A ausência de um(a) “ficante”, por exemplo, poderia ser facilmente substituída ao ligar ou mandar mensagem para um “contatinho”, mostrando a fragilidade e instabilidade das relações. Cada vez mais as pessoas se conectam e se desconectam, de modo mais fácil e normalizado. Caso o “contatinho” não seja mais útil, basta deletá-lo da lista de contatos ou bloqueá-lo das redes sociais. As pessoas podem ser tratadas como mercadorias, estando disponíveis para serem utilizadas quando o consumidor desejar. O modo de tratar as outras pessoas, quando não é de comum acordo como o “relacionamento puro” de Giddens (1993), pode levar a uma série de insatisfações e sentimentos. No próximo capítulo, será vista a dualidade do “apego x desapego” e como as relações atuais, muitas vezes por conta da internet e redes sociais, podem gerar sensações como ansiedades e desilusões, além do ciúme.

---

<sup>108</sup> < <https://www.qualegiria.com.br/giria/mozao/>>. Acesso: 13 jun. 2019

#### 4 DESPERTANDO OS MAIS VARIADOS SENTIMENTOS

Quem nunca ouviu a frase “não brinque com os meus sentimentos”? Essa frase, que pode sofrer algumas variações nas palavras<sup>109</sup>, sempre possuindo o mesmo sentido, pode ser utilizada em casos em que não estão claras as “condições” da relação, muitas vezes em relação ao grau de comprometimento das pessoas envolvidas, o que causa um o “jogo” entre sensação/superficialidade e sentimento/profundidade explicado por Jaqueline Chaves (2016), que prioriza a autossatisfação e autoprazer sem levar em consideração a outra pessoa. Há uma questão de liberdade envolvida e, quando é prevista uma sensação de perigo, ou seja, mais envolvimento, pode ser a hora de apertar o botão “parar”.

Há casos em que as ideias, dúvidas e expectativas sobre o relacionamento amoroso são expostas, conversadas pelo casal, mas em muitos outros não o são, e a realidade vivida por ele é que deverá mostrar qual o modelo relacional experienciado pelos parceiros. Este não-saber não necessariamente é entendido pelo jovem como um problema ou uma dificuldade, algo que precisa ser modificado. Todavia, há que se pensar que o não-saber pode se transformar em fonte de sofrimento e de insegurança, posto que o indivíduo não consegue se orientar (saber as regras) na relação com o outro. (CHAVES, 2016, p. 326)

A falta de diálogo entre as pessoas envolvidas na relação pode desencadear alguns sentimentos “indesejáveis” no campo do medo, como insegurança e ansiedades. Essas questões podem ser vistas como uma forma de problema e, antes mesmo de iniciar uma relação, pode-se ter um afastamento a fim de evitar a mágoa e frustração.

Nas seções seguintes, será discorrida a dualidade do “apego x desapego”, seguida pela questão dos “ciúmes” provenientes dos usos de redes sociais digitais e quais são as sensações derivadas das relações mal sucedidas (também no sentido de “não serem como o esperado”, como um relacionamento instável), focando na questão de ansiedades, decepções e o uso das drogas anti-amor para evitar o sofrimento e curar o que seria um amor patológico.

---

<sup>109</sup> Ao realizar a busca no site *Google* por “Não brinque”, apareceram 4 complementos relacionados ao campo do amor e sentimento. Mais detalhes em “Anexo 1”.

#### 4.1 APEGO E DESAPEGO<sup>110</sup> ENTRE OS JOVENS

“Apego” pode ter o significado de “sentimento de afeição, afeto e estima” ou “grande afínco ou tenacidade”, de acordo com o Dicionário Michaelis<sup>111</sup>, que define também que seu antônimo, “desapego”, seria a “desinteresse, indiferença, falta de amor ou de afeto”. O apego (ou desapego) pode ser sentido por algo ou alguém. Bauman (2004, p. 24) relaciona características do apego ao “amor verdadeiro”, ao dizer que “amor significa um estímulo de proteger, alimentar, abrigar; e também à carícia, ao afago e ao mimo, ou a – ciumentamente –, guardar, cercar, encarcerar”. A fim de evitar a sensação de “sufoco” ou sofrimentos, há quem prefira evitar relacionamentos sérios e vivenciar o que seria o “amor verdadeiro”, desenvolvendo o desapego. Ao fazer uma busca sobre “apego” na internet, alguns sites fornecem dicas para lidar com situações de apego<sup>112</sup>.

A teoria do Apego (BOWLBY, 1969; 1979 apud COSTA, 2010) classifica três tipos de apego, de acordo com a infância vivenciada com a relação com seus pais: apego seguro (o adulto é capaz de ter um relacionamento amoroso saudável), apego rejeitador (o adulto busca viver autossuficiente sem outras pessoas) e apego ansioso-ambivalente (o adulto é inseguro e tem ansiedades de separação). Partindo também da Teoria do Apego, V. Karandashev e colaboradores (2012) buscaram fazer um apanhado sobre sensações de apego e desapego, que foram sendo desenvolvidas de acordo com relacionamentos entre jovens adultos, fazendo uma pesquisa com 290 jovens que foram lembrando de como foram suas relações dos 15 a 19 anos. Inicialmente, os sentimentos de afiliação e sexualidade são esperados como sendo o centro de um relacionamento romântico, porém o apego e vontade de cuidar do outro vão se desenvolvendo e acabam se tornando salientes também (KARANDASHEV et al., 2012).

Muitos jovens não desejam se permitir a essa sensação, e quando se sentem apegados, buscam desapegar-se para evitar sofrimentos. A escritora Isabela Freitas lançou em 2014 o livro “Não se apega, não!”, que narra a história de uma jovem que precisa se desapegar de coisas da sua vida que não irão acrescentá-la em nada e acaba terminando um relacionamento longo e infeliz. O livro ganhou uma série e um quadro no programa Fantástico em 2015<sup>113</sup>. Na

<sup>110</sup> Não será tratada de maneira aprofundada a teoria de “Apego”.

<sup>111</sup> < <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=apego>>. Acesso: 20 jun. 2019

<sup>112</sup> O site A mente maravilhosa < <https://amenteemaravilhosa.com.br/apego-maior-fonte-sofrimento/>> explica como o apego pode ser uma grande fonte de sofrimento e como lidar com ele. No Blog do JMR < <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/apego-e-bom-ou-ruim/>> há uma publicação sobre o apego ser bom ou ruim, com algumas dicas para praticar o desapego. Acesso: 20 jun. 2019

<sup>113</sup> < <https://gshow.globo.com/tv/noticia/nao-se-apega-nao-estrela-no-globoplay-e-mostra-como-desapegar-do-que-te-faz-infeliz.ghtml>>. Acesso: 20 jun. 2019

sequência, a escritora lançou os livros “Não se iluda, não!” (2015) e “Não se enrola, não” (2016). Juntos, os três livros venderam mais de 2 milhões de cópias<sup>114</sup>. Em seu novo site<sup>115</sup>, Isabela Freitas fez uma publicação da história de uma leitora<sup>116</sup>, que estava saindo com uma pessoa há duas semanas em que essa relatou um descontentamento com a pessoa que estava conhecendo: recebeu uma mensagem dele via *WhatsApp* dizendo que “não queria se apegar (e estava se apegando)” e “não estava na *vibe* de ficar sério”.



Imagem 10: Prints da conversa em que o “ficante” diz que não queria mais continuar por estar se apegando à outra pessoa. Fonte: <https://isabelafreitas.com.br/2018/01/29/conte-sua-historia-ele-nao-quer-mais-do-nada/>. Acesso: 20 jun. 2019

A modo de evitar o apego a outra pessoa, relações podem ser rompidas antes mesmo de ganhar formas. Como visto, as categorias de relacionamento do “pegar” e “esquema” ilustram os modos mais “desapegados” de se vivenciar uma relação, quando não há uma preocupação aprofundada pela outra pessoa ou interesse em manter um relacionamento mais sério. Enquanto isso, há o alerta para quem está “ficando”, pois quando há o medo de se envolver com o outro pode ser desenvolvida uma ação para que ocorra o desapego.

<sup>114</sup> <<https://isabelafreitas.com.br/about/>>. Acesso: 20 jun. 2019

<sup>115</sup> O blog original da escritora com mais de 1000 textos teve seu conteúdo perdido. O novo site [www.isabelafreitas.com.br](http://www.isabelafreitas.com.br) conta atualmente com mais de 300 mil visualizações. Acesso: 20 jun. 2019

<sup>116</sup> Para acessar a história completa: < <https://isabelafreitas.com.br/2018/01/29/conte-sua-historia-ele-nao-quer-mais-do-nada/>>. Acesso: 20 jun. 2019

O excesso de apego a alguém pode desencadear reações de ciúmes tanto em quem está apenas “pegando”, “ficando” ou em relacionamentos sérios, que podem estar relacionadas ao uso ou ações em aplicativos e redes sociais digitais.

#### 4.2 CIÚME NAS REDES SOCIAIS: O USO DO *FACEBOOK*<sup>117</sup>

O ciúme<sup>118</sup> é um sentimento presente em usuários de redes sociais digitais que estão num tipo de relacionamento, seja este estável ou não. No *Facebook* há uma ferramenta de ocultar a pessoa do seu *feed*, que pode ser utilizado em diversas situações, sendo aplicável o seu uso em caso de ciúmes do companheiro/prestendente. Este sentimento de ciúmes pode ser causado a partir do uso exagerado das redes sociais digitais, sobretudo no seu uso para o monitoramento de outras pessoas. Ao fazer a vigilância das pessoas nas redes sociais, o sentimento exagerado de ciúmes pode ser despertado.

As vastas informações sobre as pessoas na rede *Facebook* podem reforçar o sentimento, “criando um ciclo monitoramento por ciúmes” (MUISE; CHRISTOFIDES; DESMARAIS, 2009, apud MEENAGH, 2015, p. 460, tradução nossa<sup>119</sup>). O uso de outras redes sociais como *Instagram* ou até mesmo *WhatsApp* podem desencadear os ciúmes, uma vez que também há a exposição de informações da vida das pessoas.

A plataforma do *Facebook* é considerada um fator decisivo nos relacionamentos: “existe potencial para o uso obsessivo do *Facebook* se espalhar para o relacionamento amoroso de uma pessoa e contribuir negativamente nas experiências e resultados do relacionamento” (ELPHINSTON; NOLLER, 2011, p. 631, tradução nossa<sup>120</sup>). O uso *hardcore* da plataforma é um agravante na relação, por torná-la parte da vida das pessoas. “Curtidas” e comportamentos nas redes ficam expostos, o que pode desencadear sensações de ciúmes, despertar um sentimento negativo, tomando iniciativas e ações que não desejaria como iniciar uma briga ou rompimento da relação<sup>121</sup>. O monitoramento excessivo nas redes sociais pode desenvolver

---

<sup>117</sup> O foco principal desta seção será na rede social digital *Facebook* por conta da ausência de literatura existente a respeito de outras redes sociais digitais.

<sup>118</sup> Não será tratada a teoria do “ciúme”, mas sim a identificação dele.

<sup>119</sup> They found that heightened jealousy often leads to increased surveillance, which may exacerbate feelings of jealousy and create a cycle of jealousy- induced mediated surveillance

<sup>120</sup> [...] there is potential for *Facebook* intrusion to spill over into a person’s romantic relationship and contribute to negative relationship experiences and outcomes.

<sup>121</sup> Uma das hipóteses deste trabalho (que será respondida através da pesquisa quantitativa realizada) é de que as pessoas podem sentir ciúmes ao ver que a pessoa com quem está se relacionando curte fotos de outras pessoas, o que poderia ser associado a um exemplo de uma mulher está “ficando” com um homem, mas vê que ele curtiu cinco fotos de outra mulher. Além disso, outra hipótese levantada é de que pode haver ciúmes ao ver confirmações de presenças em eventos do *Facebook*.

ações de *stalking*, que demandam atenção caso o nível chegue a extremos como perseguição no campo físico ou ameaças à pessoa “stalkeada”.

É possível monitorar os passos de cada pessoa com as redes sociais, a menos que o usuário ative o um modo “invisível”, por exemplo. Esse modo permite que as pessoas estejam disponíveis apenas para um grupo seletivo – ou para ninguém. Assim, outras pessoas não conseguem identificar se ela está on-line ou a última vez que entrou na plataforma. Esse recurso de “invisibilidade” está atualmente presente não apenas no *Facebook*, mas também no *Instagram* e no *WhatsApp*, prevenindo que “stalkers” monitorem a qualquer momento por onde a pessoa está.

A sensação e grau de ciúmes pode variar de acordo com a identidade de gênero. A Escala de Ciúmes no *Facebook* (MUISE; CHRISTOFIDES; DESMARIAS, 2009 apud RUS; TIEMENSMA, 2017) identificou que, no geral, as mulheres experienciam o ciúmes e que gastar mais tempo da plataforma aumentava o índice do mesmo; assim como constatado por Mcandrew e Shah (2013 apud RUS; TIEMENSMA, 2017) de que as mulheres parecem estar mais suscetíveis a experimentar as sensações de ciúmes por conta do *Facebook*. Enquanto as mulheres sentem ciúmes e incômodo ao receberem uma mensagem sem um *emoji*, os homens sentem ciúmes de mensagens com o *emoji* piscando, um sinal que pode ser de flerte ou não – e essa ambiguidade desperta o ciúme (HUDSON ET. AL, 2015 apud RUS; TIEMENSMA, 2017). Além disso, fotos postadas por mulheres com amigos do sexo oposto despertam ciúme no homem e nas mulheres quando os homens respondem uma desconhecida do sexo oposto (MUISE; CHRISTOFIDES; DESMARIAS, 2014 apud RUS; TIEMENSMA, 2017).

Gábor Orosz et al. (2015) demonstram que, muitas vezes, o *status* de relacionamento declarado no *Facebook* possuem relação com um elevado sentimento de paixão, mas também de ciúmes entre os parceiros, sendo necessário ser “oficial” e colocado na rede, tornando assim verdadeiramente declarado a partir do meio digital, como se fosse um anúncio de que o casal está indisponível para novas relações. Os autores testemunham que aqueles que declaram seu relacionamento no *Facebook* – com ou sem o nome do(a) parceiro(a) – demonstram amor romântico mais forte do que os que não declaram oficialmente no *Facebook*. É declarado, também, um alto nível de ciúmes, o que indica que suas intenções são de proteger o relacionamento, o que concluem como se fosse uma “marcação de território” a fim de tornar a relação mais estável.

### 4.3 FRUSTRAÇÕES, ANSIEDADES E DESILUSÕES AMOROSAS

Como visto no capítulo 2, a multiplicidade e modos de conexões geram sensações de ansiedades, muitas vezes por conta da espera de uma resposta imediata do outro lado da tela do celular. A partir do texto “Verdades cruéis dos relacionamentos modernos”, que foi publicado num blog que fez bastante sucesso nas redes sociais, Francine Tavares (2015, p. 10) analisa as verdades descritas, e destaca que “muitas das ‘verdades cruéis’ do texto estão relacionadas ao uso de tecnologias de comunicação que permitem o contato direto, a conexão com diversas pessoas ao mesmo tempo e a agilidade da comunicação em qualquer lugar”. Por mais que sejam ferramentas criadas para – também – otimizar as relações interpessoais, dependendo de como o uso é feito (como visto a questão o intenso uso do *Facebook*, por exemplo), podem “influenciar na intensificação da ansiedade, da insegurança e de um modo específico de sofrimento” (TAVARES, 2015, p. 10).

#### 4.3.1 A demora (ou a falta) de retorno da outra pessoa

Enviar uma mensagem, ela ser visualizada, mas não respondida, pode ser uma situação muito desconfortável para algumas pessoas, ainda mais nesta era de imediatismo e conexões. Francine Tavares (2017) fez a seguinte pergunta: “Como você se sente quando sua mensagem não é respondida?” que resultou em respostas como ansioso(a), chateado(a) e indiferente como as mais respondidas. No geral, sensações negativas foram mais relacionadas. No meio delas, a palavra indiferente chama atenção, por ser teoricamente neutra. “Se é uma pessoa por quem não há tanto interesse, o sentimento pode ser de “indiferença”, por exemplo.” (TAVARES, 2017, p. 4). Porém, quando se está no lado de quem é o interessado, a espera de uma resposta pode se tornar angustiante.

Outras questões tratadas por Francine Tavares (2017) em relação às “mensagens não respondidas, porém lidas”, são sobre a instabilidade do vínculo entre as pessoas envolvidas e confusão nos significados do (des)interesse: “o que está acontecendo?”. Quando não se tem certeza do que é a relação (o grau de comprometimento e estabilidade), pode ser demonstrado que “a ausência ou a demora da resposta é um indicativo de interesse e de falta dele em relacionamentos instáveis, quando não foi firmado nenhum compromisso ainda” (TAVARES, 2017, p. 10). Esse fenômeno essencialmente incomoda os participantes de relações amorosas, pois em relações de amizade, por exemplo, não há a criação de ansiedades em torno da mensagem não respondida rapidamente. Curiosamente, o não recebimento de uma resposta



numa rede social digital não significa que a pessoa não demonstrará que está “ali”: às vezes ela realiza outras ações em outras redes sociais (como curtir uma foto), causando uma espécie de contradição em relação ao interesse (TAVARES, 2017).

A fim de evitar esse tipo de conflito, o *WhatsApp*, por exemplo, disponibiliza no modo de “Privacidade” da conta algumas configurações que deixam o usuário totalmente “protegido” de todos ou de quem ele quiser: a opção “visto por último”, “foto de perfil”, “recado” e “*status*” podem ser configurados para aparecer para todos, apenas contatos ou pra ninguém. Além disso, há a opção de desconfigurar a marcação de “confirmação de leitura” (o que demonstra que a mensagem foi lida), tirando também a possibilidade de ver se a mensagem enviada por aquele usuário foi lida pelo receptor. Vale pontuar que algumas maneiras de se burlar essa configuração de marcação de leitura são a) enviar uma mensagem de áudio (ao ser ouvida ela fica com uma marcação diferente); b) enviar uma mensagem num grupo em que ambos estejam participando (é possível verificar quem recebeu e quem leu a mensagem).

#### 4.3.1 Declarações de amor x términos de relacionamento nas redes sociais

Declarações de amor nas redes sociais são bem comuns de serem vistas. Jason Northrup e Jessica Smith (2016), a partir de uma pesquisa com 75 casais heterossexuais, testemunharam que quando estão em um alto nível de satisfação em seus relacionamentos o uso do *Facebook* para postagens e declarações não é feito de modo efetivo, e no caso contrário em que as pessoas se declaram demasiadamente na rede estão menos envolvidas no amor do relacionamento. Peterson, Aye e Wheeler (2014) constatam que casais jovens costumam gastar menos tempo nas redes sociais do que os que não estão num relacionamento. Os casais que fazem do *Facebook* uma “vitruine” de seu relacionamento parecem não dividir momentos e histórias reais na sua intimidade real. Se está tudo bem na relação, não há a necessidade de contar ao mundo seus sentimentos, de acordo com a pesquisa.

Não só para declarações amorosas, a rede também pode ser utilizada para declarar, não diretamente, os términos. Robards e Siân Lincoln (2016) analisam tanto os casais que fazem questão do “*status* de relacionamento” no *Facebook*, quanto casais que não definem o *status*, porém postam fotos e interagem abertamente na rede expondo sua relação. A partir do rompimento dos laços afetivos, ocorre a exclusão de fotos e de *posts*. (ROBARDS; LINCOLN, 2016). Light e Cassidy (2014 apud ROBARDS; LINCOLN, 2016) pontuam que outras ações são tomadas na rede social para realizar a desconexão total entre as pessoas do relacionamento que chegou ao fim: bloqueio, desfazer amizade, parar de seguir e ocultar o perfil do ex.

O *Facebook* (e outras redes sociais digitais) funcionam como se fosse um jornal das vidas pessoais, onde as pessoas ficam sabendo de suas vidas íntimas o mais instantaneamente possível. As pessoas não querem deixar em seus perfis que ainda estão namorando após o término. É o jeito de deixar novamente seu *status* oficial. Redirecionando o seu estudo para adolescentes entre 15 e 18 anos, J. Van Ouytsel e colaboradores (2016) concluem que o *status* de relacionamento, para essa faixa etária, é menos importante do que a publicação de fotos e *posts* na linha do tempo, além de concordarem que a rede possui um alto potencial de despertar ciúmes e que a exclusão das lembranças e publicações relacionadas aos “exs” em seus perfis é fundamental para o pós-término da relação.

O término de um relacionamento se torna mais “fácil” com o advento das redes sociais digitais. Bergdall e colaboradores (2012 apud MEENAGH, 2015, p. 466) alegam que, quando não há o interesse por uma pessoa, o distanciamento ocorre através das redes sociais. Por exemplo, se a pessoa está saindo com alguém que ela não esteja mais afim, ela simplesmente pode falar “acho melhor pararmos por aqui” e bloquear o contato. O término através da rede social muito provavelmente irá afetar a vida *off-line*, porém, de acordo com Gershon (2010a; 2010b apud MEENAGH, 2015, p. 461) isso pode gerar uma ambiguidade no relacionamento por se tratar de um término passivo. Contudo, os termos *on-line* evitam situações constrangedoras e sentimentos como culpa e tristeza, ou seja, demonstrações de vulnerabilidade – para quem está terminando. Ter uma relação ou relacionamento terminado *on-line*, quando inesperado, acarreta sensações de frustração e sofrimento.

#### 4.3.2 Contra o sofrimento, a droga anti-amor

*Coração receitou  
De 8 em 8 horas, uma dose de anti-amor  
Já tomei, funcionou  
Eu sou paciente, coração é meu doutor  
PS: Hoje eu ganhei alta  
Nem sinto mais sua falta*

(Anti-amor – Gustavo Mioto, 2018)

A música “Anti-amor”<sup>122</sup>, de Gustavo Mioto com participação da dupla Jorge e Matheus, fala sobre o remédio receitado pelo coração para curar o sofrimento causado pelo excesso de amor que (o personagem da música) sentia. E essas crises do amor acabam levando

<sup>122</sup> Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/gustavo-mioto/anti-amor/>>. Acesso: 20 jun. 2019

a estudos mais complexos e profundos, de origem na neurociência e comportamental, a respeito das drogas anti amor ou drogas do amor<sup>123</sup>, que levam a algumas discussões sobre a validade e a ética no seu desenvolvimento. Será que é correto o desenvolvimento de remédios para curar as crises do amor?

A visão do amor como doença, ou amor patológico, e o uso de remédios para a sua cura foram discutidos por Francine Tavares (2017), que discorreu sobre o movimento que se iniciou com a cultura terapêutica (ILLOUZ, 2011 apud TAVARES, 2017) no pós 2ª guerra, e que recentemente tem-se falado sobre o uso de drogas destinadas a cura do sofrimento amoroso.

De modo cada vez mais acelerado e refinado, já se discute a necessidade de uma droga específica para acabar com os problemas de insatisfação nos relacionamentos amorosos, como o ciúme, rompimentos e frustrações. A droga anti-amor e outras tecnologias de regulação do sofrimento amoroso caminham no mesmo sentido: insensibilização dos corpos, individualização das análises, simplificação dos diagnósticos, racionalização dos afetos e emoções e medicalização da vida. (TAVARES, 2017, p. 18)

Earp e Savulescu (2017) defendem a ideia que deve ser continuada a pesquisa da droga anti-amor para essa tecnologia, uma vez que as pessoas já estão fazendo uso de outras drogas para tentar aliviar o reflexo dos relacionamentos, tanto românticos ou até de outra fonte, e que se deve entender os efeitos dessas drogas nos relacionamentos.

O que não pode deixar de ser notado é que, por mais que estejam surgindo cada vez mais novas categorias de relacionamento, ferramentas de comunicação *on-line* e uma cultura *good life*, o desenvolvimento de sensações e sentimentos considerados negativos podem ser aparecer. A questão é: como lidar com esses sentimentos e sensações? É mais fácil desenvolver o desapego antes que seja tarde demais? Ou seria interessante a divulgação de medicinais para o tratamento do amor?

---

<sup>123</sup> "Love drugs" e "anti-love drugs" (EARP; SAVULESCU, 2017) são termos utilizados em inglês para as drogas anti-amor.

## 5 METODOLOGIA DA PESQUISA

### 5.1 TIPO DE PESQUISA

A escolha de abordagem desta pesquisa foi quantitativa, com tipo de pergunta estruturada, contendo apenas 4 perguntas abertas. As perguntas estruturadas eram obrigatórias, enquanto as abertas eram opcionais. A preferência pela pesquisa quantitativa foi dada pois esta busca a validação de algumas hipóteses (como as novas formas de flerte *on-line*), permite grandes amostras e excelente para inferir fatos e relações. (HAIR et al., 2014).

O tipo de pesquisa utilizada por este trabalho, quanto aos fins, é descritivo, e quanto aos meios, bibliográfica e pesquisa de campo *on-line*. “As concepções descritivas frequentemente usam métodos de coleta de dados que envolvem perguntas estruturadas para respondentes sobre o que pensam, sentem ou fazem” (HAIR et. al, 2014, p. 111) e, por se tratar de um tema que abrange as relações interpessoais, a concepção descritiva é a mais adequada. Serão utilizados os números levantados para responder as principais perguntas deste presente trabalho.

Também foi feita uma revisão de literatura que, de acordo com Hair et. al (2014, p. 52), “[...] é um exame abrangente das informações secundárias disponíveis relativas ao tema” da pesquisa, sendo de extrema importância para a compreensão da temática tratada.

O questionário foi pré-testado com um grupo pequeno de 20 pessoas para que fosse possível coletar *feedbacks* sobre as perguntas, buscando entender se foram de fácil compreensão e claras, além de descobrir se o questionário estava com extensão confortável para a sua realização com foco e atenção total (HAIR et. al, 2014).

Por se tratar de uma amostra não probabilística não há uma Margem de Erro estimada. O processo de amostragem foi desde sempre não-probabilístico por julgamento, considerando-se que os elementos amostrais da população em estudo foram selecionados pela pertinência aos objetivos da pesquisa, assim como o uso de critérios de espalhabilidade do questionário via meios e plataformas online (Facebook, WhatsApp), nas quais os membros de tais grupos não poderiam ser identificados através de listas e variáveis de classificação a priori. Porém, com elevada possibilidade de pertencimento ao segmento etário jovem / jovem adulto pretendido.

### 5.2 PERFIL DA AMOSTRA

A pesquisa foi aplicada *on-line* e um obteve total de 1.209 respondentes, de faixas etárias de 15 a 19 anos (n=284), de 20 a 24 anos (n=693), de 25 a 29 anos (n=153), de 30 a 34 anos (n=42), de 35 a 39 anos (n=21) e 40 anos ou mais (n=16). O respondente não precisou se

identificar, sendo totalmente anônima. Um primeiro filtro foi aplicado em relação a **idade dos respondentes**, pois o foco da análise será no público jovem de 15 a 24 anos, pois, segundo o IBGE (apud GOMES, 2018) 85% destes jovens estão conectados. O primeiro resultado deste filtro foi 977 respondentes.

A partir desse filtro, foi olhado o número de respondentes jovens em relação a **identidade de gênero**. De 977 respondentes, não houve um número expressivo de identidades além de mulher cisgênero (n=774) e homem cisgênero (n=185), tendo 2 homens transexuais, 6 declarados com identidade não-binária e 10 que responderam “não sei”. Com isso, um novo filtro foi aplicado, resultando em 959 respondentes, tendo 80% da amostra mulheres cisgênero e 20% homens cisgênero.

Os últimos filtros aplicados foram em relação ao **status de relacionamento e orientação sexual**. Sobre o status de relacionamento, a pergunta possuiu como opções respostas fechadas e um campo aberto e, após a reorganização dos dados, as opções mais respondidas foram “Solteira(o), sem envolvimento com alguém(ns)”, “Namorando (monogâmico)”, “Ficando / conhecendo alguém” e “Pegando geral”. As orientações sexuais com maior expressividade foram “heterossexual feminino”, “bissexual”, “heterossexual masculino”, “homossexual feminino (lésbica)”, “homossexual masculino (gay)”, e “pansexual”. À título de organização, serão analisados os públicos “heterossexual”, “bissexual e pansexual”, de forma conjunta por questão de afinidade, e “homossexual”.

**A amostra final de respondentes que será analisada é de 874.** As tabelas a seguir ilustram as 3 principais ramificações com os filtros finais, em ordem de maior expressividade:

#### Como você se identifica quanto à sua identidade de gênero?

<b>Identificação de gênero</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Mulher cisgênero (que se identifica com o gênero atribuído no nascimento)	699	<b>80%</b>
Homem cisgênero (que se identifica com o gênero atribuído no nascimento)	175	<b>20%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 1 – Perfil dos entrevistados: identidade de gênero.

#### Qual é o seu status de relacionamento atual?

<b>Status</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Solteira(o), sem envolvimento com alguém(ns)	322	<b>37%</b>
Namorando (monogâmico)	317	<b>36%</b>
Ficando / conhecendo alguém	152	<b>17%</b>
Pegando geral	83	<b>9%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 2 – Perfil dos entrevistados: status de relacionamento atual.

### Qual é a sua orientação sexual?

<b>Orientação sexual</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Heterossexual	534	<b>61%</b>
Bissexual e Pansexual	253	<b>29%</b>
Homossexual	87	<b>10%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 3 – Perfil dos entrevistados: orientação sexual.

As tabelas abaixo ilustram outros dados como: religião, grau de escolaridade, localização geográfica e faixa de renda familiar:

### Religião

<b>Religião</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Acredito em Deus, independente de religião	201	<b>23%</b>
Acredito em um ser superior, sem ligação a religião nenhuma	142	<b>16%</b>
Adventista	1	<b>0%</b>
Agnóstico (não nego nem afirmo a existencia de Deus)	110	<b>13%</b>
Ateu	51	<b>6%</b>
Budista	4	<b>0%</b>
Candomblecista	7	<b>1%</b>
Católica	105	<b>12%</b>
Cristianismo	30	<b>3%</b>
Espírita	36	<b>4%</b>
Espiritualista Cristã	2	<b>0%</b>
Evangélica Pentecostal / Neo Pentecostal (Assembleia de Deus / Igreja Universal / Nova Vida, etc)	22	<b>3%</b>
Judaísmo	2	<b>0%</b>
Kardecista	15	<b>2%</b>
Nenhuma	45	<b>5%</b>
Outra religião	12	<b>1%</b>
Protestante (Luterana / Anglicana / Metodista / Presbiteriana / Batista)	36	<b>4%</b>
Sou adepto / frequento mais de uma religião	20	<b>2%</b>
Umbandista	26	<b>3%</b>
Wicca/Druidismo	7	<b>1%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 4 – Perfil dos entrevistados: religião dos entrevistados.

### Grau de escolaridade

<b>Grau de escolaridade</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Ensino fundamental completo	6	1%
Ensino fundamental incompleto	1	0%
Médio completo	83	9%
Médio incompleto	25	3%
Mestrado	3	0%
Pós-graduação / Especialização	15	2%
Superior completo	59	7%
Superior incompleto	682	78%
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 5 – Perfil dos entrevistados: grau de escolaridade.

### Estado

<b>Estado</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Alagoas (AL)	1	0%
Bahia (BA)	5	1%
Ceará (CE)	7	1%
Distrito Federal (DF)	4	0%
Espírito Santo (ES)	2	0%
Goiás (GO)	5	1%
Maranhão (MA)	1	0%
Mato Grosso do Sul (MS)	3	0%
Minas Gerais (MG)	24	3%
Pará (PA)	1	0%
Paraíba (PB)	5	1%
Paraná (PR)	17	2%
Pernambuco (PE)	7	1%
Piauí (PI)	1	0%
Rio de Janeiro (RJ)	654	75%
Rio Grande do Norte (RN)	3	0%
Rio Grande do Sul (RS)	15	2%
Santa Catarina (SC)	19	2%
São Paulo (SP)	100	11%
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 6 – Perfil dos entrevistados: localização por Estado.

**Região do RJ**

<b>Região</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Baixada Fluminense	77	<b>12%</b>
Interior do RJ	23	<b>4%</b>
Niterói	33	<b>5%</b>
Região dos Lagos	7	<b>1%</b>
Rio de Janeiro	492	<b>75%</b>
São Gonçalo	22	<b>3%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>654</b>	<b>100%</b>

Tabela 7 – Perfil dos entrevistados: Ramificação por cidade do estado do Rio de Janeiro.

**Renda familiar mensal**

<b>Faixa de renda familiar mensal</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Até R\$998,00	34	<b>4%</b>
De R\$1.997,00 a R\$2.994,00	119	<b>14%</b>
De R\$14.971,00 a R\$19.960,00	40	<b>5%</b>
De R\$2.995,00 a R\$4.990,00	171	<b>20%</b>
De R\$4.991,00 a R\$6.986,00	106	<b>12%</b>
De R\$6.987,00 a R\$9.980,00	90	<b>10%</b>
De R\$9.981,00 a R\$14.970,00	85	<b>10%</b>
De R\$999,00 a R\$1.996,00	123	<b>14%</b>
Mais de R\$19.961,00	56	<b>6%</b>
Não respondeu / Recusou	50	<b>6%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 8 – Perfil dos entrevistados: faixa de renda familiar.

### 5.3 INSTRUMENTO DA PESQUISA

Os dados foram coletados através de um questionário publicado no *Google* Formulários, com perguntas baseadas nos conteúdos teóricos discutidos previamente através do procedimento de revisão de literaturas existentes. O questionário foi dividido em seções, de acordo com tópicos chaves, para melhor entendimento do respondente. O questionário utilizado encontra-se no apêndice A deste trabalho.

Para a construção do questionário foram feitas perguntas estruturadas e avaliação de constructos. Segundo Hair et. al (2014, p. 165), “um constructo é uma ideia ou conceito abstrato formado na mente de um indivíduo”. Foi feita uma adaptação da escala de Likert, que serve para medir atitudes e comportamentos, cuja medida utilizada foi de 7 pontos de concordância ou identificação, variando de acordo com o constructo apresentado. A escala de medida serve



para dar intensidade às respostas, sendo o número 1 o de menor concordância/identificação e 7 de maior concordância/identificação.

As opções de respostas foram escolhidas para o questionário com base numa pesquisa exploratória informal nas redes sociais, conversas informais entre jovens e na revisão de literatura existente. De forma geral, não era possível marcar mais de uma opção de resposta. No entanto, duas perguntas tinham como opção marcar mais de uma resposta, por conta de suas finalidades: 1. Qual é a rede social que você mais utiliza para...; 2. O que você considera como um flerte nas redes sociais?

Foram utilizados artigos científicos presentes em periódicos, livros e páginas na *web*, além de outras fontes exploratórias, como conversas e interações entre os jovens nas redes sociais.

#### 5.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A pesquisa quantitativa *on-line* foi divulgada em três redes sociais: *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*. Foi utilizado um encurtador de *link* gerado pelo site *Bit.ly*, que fornece algumas informações como quantidade, origem e data dos cliques, que serão ilustrados na tabela e gráficos a seguir, juntamente com o plano de “espalhabilidade” (divulgação):

##### Plano de “espalhabilidade” da pesquisa *on-line*

Ação	Rede	Data de início	Tipo de usuário	Total de usuários	Total de cliques
Pré-teste da pesquisa		24/03/2019		80	
1º disparo para lista de transmissão	<i>WhatsApp</i>	01/04/2019	Contato	222	691
2º disparo para lista de transmissão		27/04/2019			
Postagem de vídeo sobre como acessar a pesquisa	<i>Instagram</i>	13/04/2019	Seguidores	1.070	62
Publicação de <i>story</i> com o link da pesquisa		13/04/2019			
Divulgação no grupo fechado LDRV	<i>Facebook</i>	21/04/2019	Membros	430.000	1.603
Divulgação na página Spotted UFRJ		21/04/2019	Seguidores	43.000	
					<b>2356</b>

Tabela 9 – Plano de espalhabilidade da pesquisa *on-line*

CREATED MAR 17, 8:37 PM | Ana Luisa Dias

## Divulgação da Pesquisa Quantitativa On-line

<https://goo.gl/forms/jLrBeXS3OIMFZ5Nk2>[bit.ly/VemDiploma](https://bit.ly/VemDiploma)

COPY

SHARE

EDIT

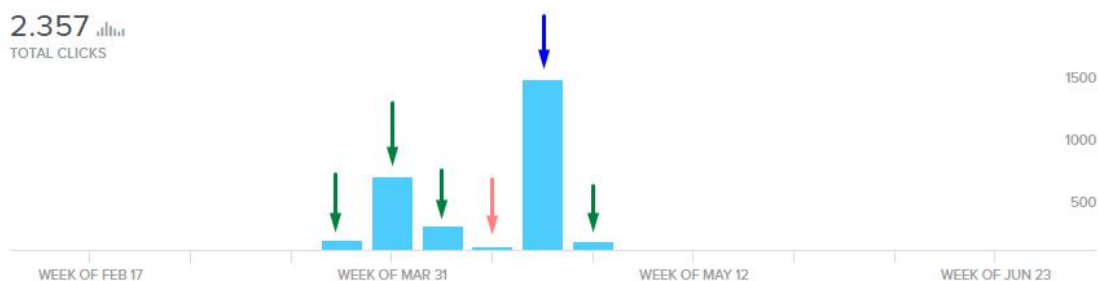


Gráfico 1 – Cliques no *link* de pesquisa de acordo com a semana disponibilizada pelo bit.ly. As setas verdes indicam o início das ações no *WhatsApp*, a seta rosada indica o início da ação no *Instagram* e a seta azul indica o início da ação no *Facebook*. Fonte do gráfico: app.bitly.com

## REFERRERS



Gráfico 2 – Cliques no *link* de pesquisa de acordo com suas origens. Fonte do gráfico: app.bitly.com

Para análise, foram construídas tabulação cruzadas. “A tabulação cruzada compara simultaneamente duas ou mais variáveis nominais do estudo” (HAIR et. al, 2014, p. 260), e foram feitos cruzamentos principalmente em relação à identidade de gênero, orientação sexual e *status* de relacionamento. Os dados foram analisados descritivamente através de médias ponderadas e modas estatísticas para compreensão das tendências. Admitiu-se uma margem de erro de 1% para as análises uma vez que casas decimais foram aproximadas para facilitar a compreensão.

Durante a análise e discussão dos resultados, a identidade de gênero “mulher cisgênero” será referida apenas como “mulher”, assim como “homem cisgênero” será apenas “homem”. A categoria “Solteira(o), sem envolvimento com alguém(ns)”, “Namorando (monogâmico)” e “Ficando / conhecendo alguém” serão analisadas como Solteira(o), Namorando e Ficando.

## 6 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Inicialmente, foi realizada uma análise descritiva buscando caracterizar o perfil dos respondentes: qual é o status de relacionamento dos jovens e quais são suas orientações sexuais a partir de suas identidades de gênero?

Ao analisar o *status* de relacionamento dos jovens de acordo com suas identidades de gênero, 35% das mulheres respondentes declararam estarem solteiras, sem nenhum envolvimento com alguém(ns) (n=245), enquanto 65% estão em algum tipo de envolvimento, seja num namoro monogâmico (38%, n=268), ficando/conhecendo alguém (17%, n=120) ou até mesmo pegando geral (9%, n=66). Em relação ao público masculino, 44% declara estar solteiro (n=77), enquanto 56% está num tipo de envolvimento, seja num namoro monogâmico (28%, n=49), ficando/conhecendo alguém (18%, n=32) ou até mesmo pegando geral (10%, n=17). A amostra conta, portanto, com mais mulheres comprometidas num relacionamento estável do que homens. Enquanto 36% do público total assume estar num relacionamento estável (namoro), 26% do público está em relações instáveis (ficando ou pegando geral).

**Status de relacionamento x Identidade de Gênero**

<b>Status</b>	<b>Homem</b>		<b>Mulher</b>		<b>Total geral</b>	
	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Solteira(o), sem envolvimento com alguém(ns)	77	<b>44%</b>	245	<b>35%</b>	322	<b>37%</b>
Namorando (monogâmico)	49	<b>28%</b>	268	<b>38%</b>	317	<b>36%</b>
Ficando / conhecendo alguém	32	<b>18%</b>	120	<b>17%</b>	152	<b>17%</b>
Pegando geral	17	<b>10%</b>	66	<b>9%</b>	83	<b>9%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 10 – Status de relacionamento x Identidade de gênero.

Em relação a orientação sexual, o número de heterossexuais respondentes teve um comportamento semelhante entre homens e mulheres. No geral, 61% da amostra (n=534) é composta por heterossexuais: 59% dos homens (n=103) e 62% (n=431) das mulheres respondentes. O número total de homossexuais na amostra (10%, n=87) é inferior à frequência de bissexuais e pansexuais (29%, n=253), mantendo esta relação entre as mulheres (10% n=87; 29% n=253). Já para o público masculino, 20% (n=35) se declarou homossexual enquanto 21% (n=37) corresponde a bissexuais e pansexuais.

### Orientação sexual x Identidade de gênero

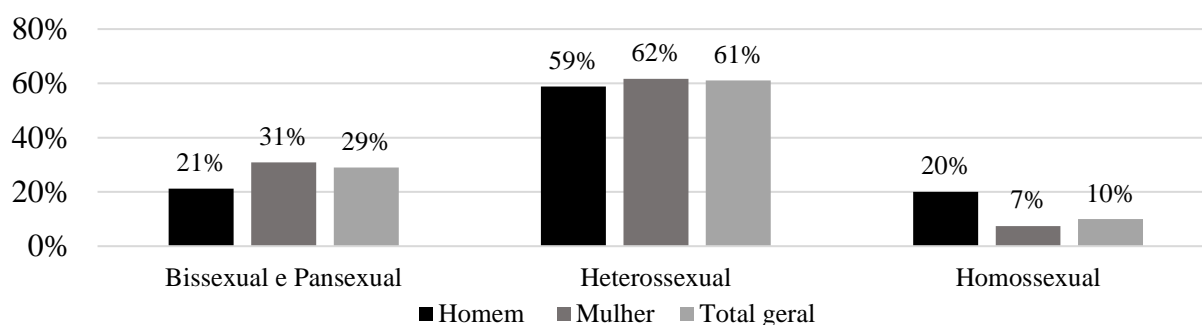


Gráfico 3 – Orientação Sexual x Identidade de gênero.

### Orientação Sexual x Identidade de Gênero

Orientação Sexual	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Heterossexual	103	59%	431	62%	534	61%
Bissexual e Pansexual	37	21%	216	31%	253	29%
Homossexual	35	20%	52	7%	87	10%
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 11 – Orientação Sexual x Identidade de gênero.

## 6.1 HÁBITOS DE CONSUMO DAS REDES SOCIAIS

Uma característica bem marcante dos jovens do século XXI é ser *heavy user*<sup>124</sup> de tecnologias, principalmente da internet. Para avaliar a relação dos respondentes com as redes sociais, o tempo de uso diário foi abordado no questionário. De maneira geral, 60% (n=528) dos respondentes fica mais de 4 horas diárias nas redes sociais, 29% (n=251) fica de 2 a 3 horas diárias, 10% (n=90) fica de 1 a 2 horas por dia e apenas 1% (n=5) fica menos de 1 hora por dia. Esses dados corroboram o levantamento dos *websites We Are Social* e *Hootsuite*, nos quais o tempo gasto em redes sociais no Brasil é de 3,5 horas diárias<sup>125</sup>.

Quando comparados em relação à identidade de gênero ou status de relacionamento, as respostas apresentaram semelhança ao padrão do total geral. Porém, quando analisadas sob a ótica da orientação sexual, o público homossexual possui uma variação na quantidade de horas destinadas a redes sociais, na qual 75% (n=65) declara ficar mais de 4 horas por dia, 15% acima da média geral, conforme tabela 12.

<sup>124</sup> Adjetivo referente a alguém que utiliza muito algo.

<sup>125</sup> <https://wearesocial.com/uk/digital-2019>. Acesso: 26 mai. 2019

### Quantas horas por dia você utiliza suas redes sociais?

Quantidade de horas	Bissexual e Pansexual		Heterossexual		Homossexual		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Mais de 4 horas por dia	161	64%	302	57%	65	75%	528	60%
De 2 a 3 horas por dia	67	26%	168	31%	16	18%	251	29%
De 1 a 2 horas por dia	24	9%	60	11%	6	7%	90	10%
Menos de 1 hora por dia	1	0%	4	1%	0	0%	5	1%
<b>Total Geral</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>534</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 12 – Uso diário de redes sociais x Orientação Sexual.

Uma vez que a quantidade de horas gastas em redes sociais pode estar associada ao tipo de aparelho utilizado para acessá-las, investigou-se o comportamento dos usuários. O aparelho favorito para o uso das redes sociais é o *smartphone*, com 97% (n=850) de preferência do total geral, provavelmente dada a ampla disseminação dos *smartphones* e a atual facilidade de acesso à internet móvel. É interessante pontuar que os respondentes homens possuem uma leve discrepância no tipo de aparelho utilizado comparado aos resultados do total geral e das mulheres: 7% (n=13) dos respondentes homens utiliza majoritariamente as redes sociais através de computadores ou notebooks. Tal comportamento pode estar relacionado a outros hábitos de entretenimento, como uso de computadores para jogos *on-line*. *Tablets*, *smart tvs* e *videogames* não tiveram respostas expressivas. Sobre os *smartphones*, o sistema operacional mais utilizado no geral é o Android – do *Google*, com 64% (n=560). O sistema iOS – da *Apple* – está presente nos aparelhos de 36% (n=312) dos respondentes. Apenas 2 respondentes dentro da faixa etária analisada, de 15 a 24 anos, declararam não possuir um celular ou um *smartphone*, o que ilustra o quanto esta geração é dependente dessa tecnologia.

### Qual é o tipo de aparelho que você mais utiliza para acessar suas redes sociais?

Tipo de aparelho	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Smartphones	162	93%	688	98%	850	97%
Computador ou notebook	13	7%	10	1%	23	3%
Tablets	0	0%	1	0%	1	0%
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 13 – Tipos de aparelho mais utilizados para acessar as redes sociais de acordo com a identidade de gênero.

**Qual é o sistema operacional do seu smartphone?**

<b>Sistema operacional</b>	<b>Homem</b>		<b>Mulher</b>		<b>Total geral</b>	
	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Sistema Android	138	<b>79%</b>	422	<b>60%</b>	560	<b>64%</b>
iOS	35	<b>20%</b>	277	<b>40%</b>	312	<b>36%</b>
Não tenho smartphone, apenas um aparelho celular	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>0%</b>
Não tenho aparelho celular	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>0%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 14 – Sistema operacional do *smartphone* de acordo com a identidade de gênero.

Outro ponto de interesse investigado foi a identificação das redes sociais digitais mais utilizadas pelos jovens quando buscam conhecer novas pessoas. Dentre os entrevistados, a rede social mais mencionada foi o *Instagram*, com 38% (n=336) de menções no total geral, sendo a favorita entre as mulheres (39%, n=270) e a segunda mais utilizada pelos homens (38%, n=66). A segunda rede social mais mencionada entre os participantes foi o *Tinder/Grindr/outros* (32%, n=276), sendo a favorita do público masculino, mencionado por 41% dos homens (n=72) e a segunda preferida do público feminino com 29% (n=204). É interessante pontuar que, para o time dos “pegando geral” e para os homossexuais, o *Tinder/Grindr/outros* foi mencionado por 51% de ambos os públicos, ficando 19% acima da média geral. A ordem de popularidade do *Tinder/Grindr/outros* para conhecer pessoas, de acordo com a orientação sexual, foi decrescente: homossexuais (51%), bissexuais/pansexuais (36%) e heterossexuais (26%). A rede social favorita do público heterossexual, assim como o total geral, foi o *Instagram*, com 43% das menções (n=231), ficando 5% acima da média geral. Os solteiros também consideram a rede *Instagram* como a favorita para esta finalidade (43%; n=137).

A rede social *Facebook* aparece em 3º lugar dos mais mencionados pelo público masculino com 27% e por apenas 20% no total geral. Entre os homossexuais, o Twitter teve 22% das menções, tendo 9% acima das menções gerais. A rede social *LinkedIn* não obteve nenhuma resposta expressiva, com 2% das menções gerais, porém foi mencionada por 22% dos homossexuais respondentes.

Após a análise, conclui-se que as 3 redes sociais favoritas no geral são *Instagram*, *Tinder/Grindr/outros* e *Facebook*. Percebe-se um movimento de migração do *Facebook* para o *Instagram* para conhecer novas pessoas. O *Instagram*, rede social com uso primordial para compartilhamento de conteúdos audiovisuais, parece estar ganhando maior visibilidade entre os jovens no quesito “conhecer novas pessoas”, sendo um novo campo para flertes *on-line*. A

popularidade do *Tinder/Grindr*/outros se dá devido ao fato dessas redes terem como objetivo ocasionar encontros entre pessoas através da busca por perfis compatíveis, sendo um grande aliado para quem está vivendo um *status* de relacionamento mais instável, como pegando geral. Já o *Facebook* – que está perdendo o território para o *Instagram* entre os jovens – ficou em 3º lugar, sendo mais utilizado por homens do que por mulheres para este fim. 22% dos respondentes declararam não utilizar redes sociais para essa finalidade, demonstrando que ainda existe um público que busca conhecer novas pessoas fora do mundo digital.

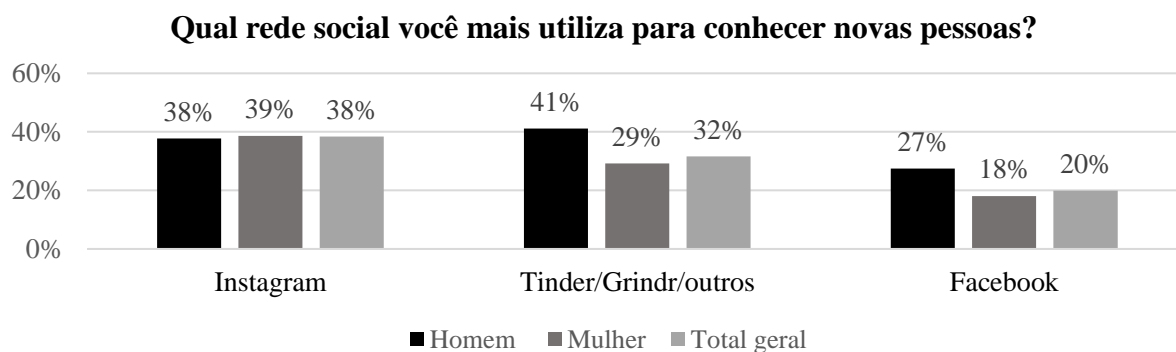


Gráfico 4 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para conhecer novas pessoas.

**Qual rede social você mais utiliza para conhecer novas pessoas?**

Rede Social	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	66	38%	270	39%	336	38%
<i>Tinder/Grindr</i> /outros	72	41%	204	29%	276	32%
<i>Facebook</i>	48	27%	126	18%	174	20%
<i>Twitter</i>	24	14%	87	12%	111	13%
<i>WhatsApp</i>	28	16%	67	10%	95	11%
<i>LinkedIn</i>	4	2%	14	2%	18	2%
Nenhuma rede social	28	16%	168	24%	196	22%

Tabela 15 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para conhecer novas pessoas de acordo com a identidade de gênero.

**Qual rede social você mais utiliza para conhecer novas pessoas?**

Rede Social	Bissexual e Pansexual		Heterossexual		Homossexual		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	78	31%	231	43%	27	31%	336	38%
<i>Tinder/Grindr</i> /outros	92	36%	140	26%	44	51%	276	32%
<i>Facebook</i>	60	24%	100	19%	14	16%	174	20%
<i>Twitter</i>	36	14%	56	10%	19	22%	111	13%
<i>WhatsApp</i>	23	9%	64	12%	8	9%	95	11%
<i>LinkedIn</i>	3	1%	15	3%	18	21%	36	4%
Nenhuma rede social	58	23%	120	22%	11	13%	189	22%

Tabela 16 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para conhecer novas pessoas de acordo com a orientação sexual.

Qual rede social você mais utiliza para conhecer novas pessoas?										
Rede Social	Solteira(o)		Namorando		Ficando		Pegando geral		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	137	43%	102	32%	62	41%	35	42%	336	38%
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	111	34%	67	21%	56	37%	42	51%	276	32%
<i>Facebook</i>	73	23%	58	18%	26	17%	17	20%	174	20%
<i>Twitter</i>	47	15%	41	13%	16	11%	7	8%	111	13%
<i>WhatsApp</i>	34	11%	28	9%	22	14%	11	13%	95	11%
<i>LinkedIn</i>	7	2%	6	2%	3	2%	2	2%	18	2%
Nenhuma rede social	96	30%	67	21%	20	13%	6	7%	189	22%

Tabela 17 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para conhecer novas pessoas de acordo com o status de relacionamento.

A rede social mais mencionada para passar o tempo no dia a dia foi o *Instagram*, citada por 66% (n=581) dos respondentes, sendo também a favorita do público feminino (68%, n=477) e a segunda favorita do público masculino (59%, n=104). A rede social mais utilizada pelo público masculino foi o *Facebook*, por 65% (n=114) dos respondentes. O posto de terceiro lugar foi ocupado comumente pelo *WhatsApp*, mencionado por 40% (n=352) dos respondentes, 39% (n=271) das mulheres e 46% (n=81) dos homens. Para o público homossexual, o *Facebook* ocupa o primeiro lugar sendo mencionado por 72% (n=63) dos respondentes, em segundo o *Instagram* (55%, n=48) e em 3º *WhatsApp* (40%, n=35). Vale salientar que o questionário também foi compartilhado nos grupos LDRV e *Spotted* UFRJ no *Facebook*, podendo ter colaborado para a popularidade da rede pelo público homossexual.

#### Qual rede social você mais utiliza para passar o tempo no dia a dia?

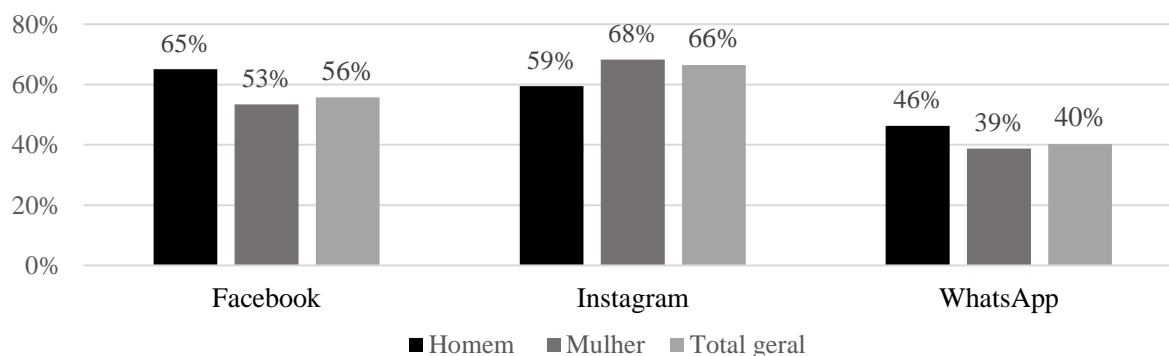


Gráfico 5 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para passar o tempo no dia a dia de acordo com a identidade de gênero.



**Qual rede social você mais utiliza para passar o tempo no dia a dia?**

Rede Social	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	104	<b>59%</b>	477	<b>68%</b>	581	<b>66%</b>
<i>Facebook</i>	114	<b>65%</b>	373	<b>53%</b>	487	<b>56%</b>
<i>WhatsApp</i>	81	<b>46%</b>	271	<b>39%</b>	352	<b>40%</b>
<i>Twitter</i>	55	<b>31%</b>	225	<b>32%</b>	280	<b>32%</b>
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	11	<b>6%</b>	16	<b>2%</b>	27	<b>3%</b>
<i>LinkedIn</i>	2	<b>1%</b>	10	<b>1%</b>	12	<b>1%</b>
Nenhuma rede social	2	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	2	<b>0%</b>

Tabela 18 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para passar o tempo no dia a dia de acordo com a identidade de gênero.

**Qual rede social você mais utiliza para passar o tempo no dia a dia?**

Rede Social	Bissexual e Pansexual		Heterossexual		Homossexual		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	149	<b>59%</b>	384	<b>72%</b>	48	<b>55%</b>	581	<b>66%</b>
<i>Facebook</i>	150	<b>59%</b>	274	<b>51%</b>	63	<b>72%</b>	487	<b>56%</b>
<i>WhatsApp</i>	105	<b>42%</b>	212	<b>40%</b>	35	<b>40%</b>	352	<b>40%</b>
<i>Twitter</i>	93	<b>37%</b>	155	<b>29%</b>	32	<b>37%</b>	280	<b>32%</b>
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	8	<b>3%</b>	17	<b>3%</b>	2	<b>2%</b>	27	<b>3%</b>
<i>LinkedIn</i>	1	<b>0%</b>	11	<b>2%</b>	0	<b>0%</b>	12	<b>1%</b>
Nenhuma rede social	2	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	2	<b>0%</b>

Tabela 19 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para passar o tempo no dia a dia de acordo com a orientação sexual.

**Qual rede social você mais utiliza para passar o tempo no dia a dia?**

Rede Social	Solteira(o)		Namorando		Ficando		Pegando geral		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>Instagram</i>	229	<b>71%</b>	208	<b>66%</b>	94	<b>62%</b>	50	<b>60%</b>	581	<b>66%</b>
<i>Facebook</i>	193	<b>60%</b>	163	<b>51%</b>	86	<b>57%</b>	45	<b>54%</b>	487	<b>56%</b>
<i>WhatsApp</i>	129	<b>40%</b>	120	<b>38%</b>	76	<b>50%</b>	27	<b>33%</b>	352	<b>40%</b>
<i>Twitter</i>	113	<b>35%</b>	101	<b>32%</b>	44	<b>29%</b>	22	<b>27%</b>	280	<b>32%</b>
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	14	<b>4%</b>	7	<b>2%</b>	5	<b>3%</b>	1	<b>1%</b>	27	<b>3%</b>
<i>LinkedIn</i>	4	<b>1%</b>	7	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	12	<b>1%</b>
Nenhuma rede social	1	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>1%</b>	2	<b>0%</b>

Tabela 20 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para passar o tempo no dia a dia de acordo com o *status* de relacionamento.

A rede social favorita para estreitar laços de amizade é, em sua maioria “esmagadora”, o *WhatsApp*, mencionada por 83% do total geral, 83% do público feminino e 85% do público masculino, seguida pelas redes *Instagram* e *Facebook*. Houve apenas uma divergência em relação ao público homossexual, que apesar de em sua maioria também utilizar o *WhatsApp* (76%), utiliza em segundo lugar o *Facebook* (32%) e em terceiro o *Instagram* (26%).

### Qual rede social você mais utiliza para estreitar laços de amizade?

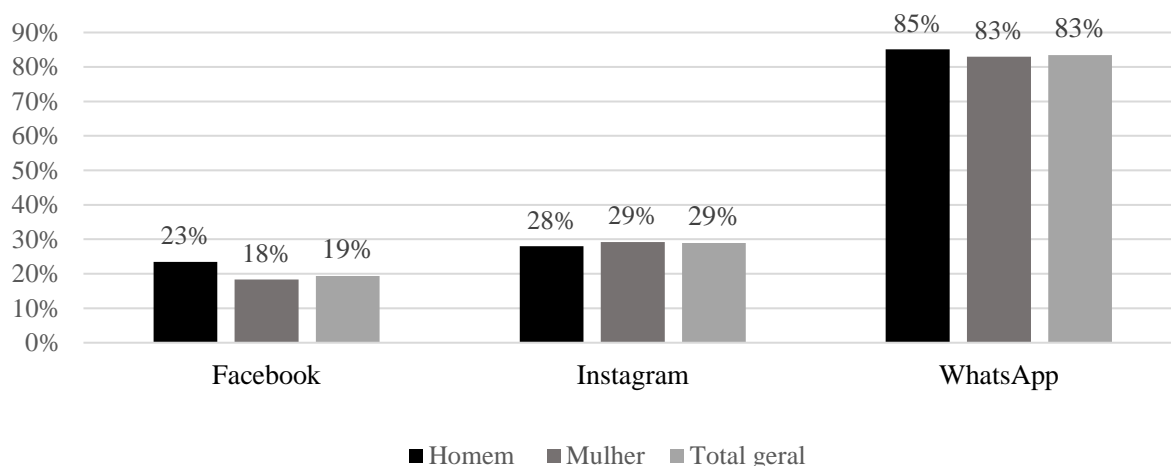


Gráfico 6 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para estreitar laços de amizade de acordo com a identidade de gênero.

### Qual rede social você mais utiliza para estreitar laços de amizade?

Rede Social	Bissexual e Pansexual		Heterossexual		Homossexual		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>WhatsApp</i>	210	83%	453	85%	66	76%	729	83%
<i>Instagram</i>	66	26%	164	31%	23	26%	253	29%
<i>Facebook</i>	54	21%	87	16%	28	32%	169	19%
<i>Twitter</i>	28	11%	63	12%	16	18%	107	12%
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	5	2%	7	1%	3	3%	15	2%
<i>LinkedIn</i>	0	0%	1	0%	0	0%	1	0%
Nenhuma rede social	6	2%	17	3%	2	2%	25	3%
<b>Total Geral</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>534</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 21 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para estreitar laços de amizade de acordo com a orientação sexual.

Na hora do desenrolar com o(a) *crush*, o *WhatsApp* segue na liderança dos jovens: a rede foi mencionada por 81% (n=710) dos respondentes, seguida pelo *Instagram* por 30% (n=261) dos respondentes e depois o *Tinder/Grindr/outros* (17%, n=152). Nessa amostra, o público

homossexual possui um comportamento diferente: a segunda rede mais mencionada foi o *Tinder/Grindr/outros* (37%), tendo o *Instagram* em terceiro (25%). A grande popularidade do *WhatsApp* na hora do desenrolar pode ter relação com a possibilidade do uso de *gifs* e figurinhas, além do fácil envio de imagens, vídeos e compartilhamento de localização.

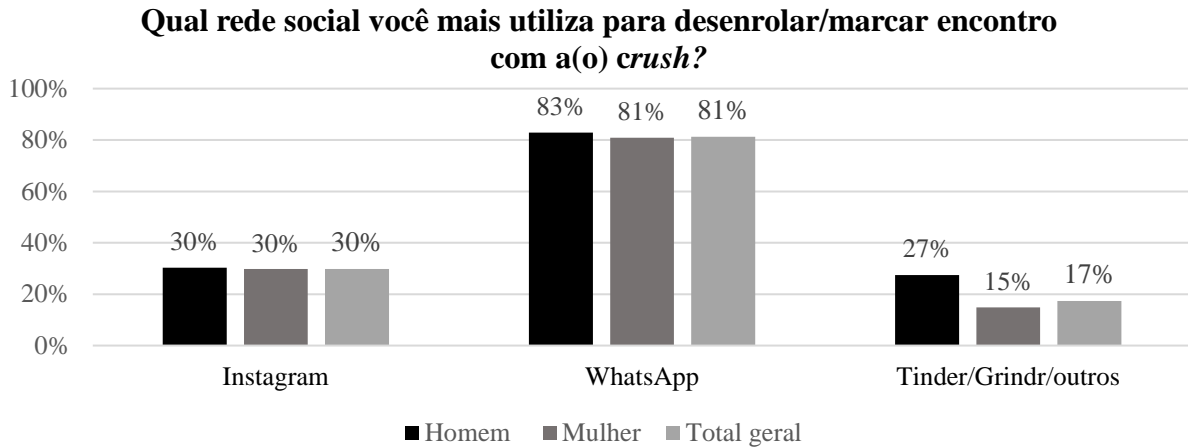


Gráfico 7 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para desenrolar/marcar encontro com a(o) *crush* de acordo com a identidade de gênero.

**Qual rede social você mais utiliza para desenrolar e marcar encontro com a(o) *crush*?**

Rede Social	Bissexual e Pansexual		Heterossexual		Homossexual		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
<i>WhatsApp</i>	206	<b>81%</b>	438	<b>82%</b>	66	<b>76%</b>	710	<b>81%</b>
<i>Instagram</i>	71	<b>28%</b>	168	<b>31%</b>	22	<b>25%</b>	261	<b>30%</b>
<i>Tinder/Grindr/outros</i>	47	<b>19%</b>	73	<b>14%</b>	32	<b>37%</b>	152	<b>17%</b>
<i>Facebook</i>	27	<b>11%</b>	43	<b>8%</b>	6	<b>7%</b>	76	<b>9%</b>
<i>Twitter</i>	9	<b>4%</b>	18	<b>3%</b>	8	<b>9%</b>	35	<b>4%</b>
<i>LinkedIn</i>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>1%</b>	1	<b>0%</b>
Nenhuma rede social	10	<b>4%</b>	25	<b>5%</b>	1	<b>1%</b>	36	<b>4%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>534</b>	<b>1</b>	<b>87</b>	<b>1</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 22 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para desenrolar/marcar encontro com a(o) *crush* de acordo com a orientação sexual.

Perguntados sobre quais redes sociais mais utilizam para expor e compartilhar o dia a dia, novamente há um destaque da rede *Instagram*, que foi mencionada por 68% (n=592) dos respondentes. A segunda rede social mais mencionada foi o *Twitter*, por 29% (n=252) dos respondentes e em terceiro e quarto há um empate entre o *WhatsApp* e o *Facebook*, escolhidas por aproximadamente 20% (n=175 e n=172, respectivamente) dos respondentes gerais. As redes favoritas para o público masculino da amostra divergem levemente em relação ao geral: a segunda rede mais mencionada foi o *WhatsApp* (29%, n=50), seguida pelo *Twitter* (27%, n=48) e *Facebook* (22%, n=38).

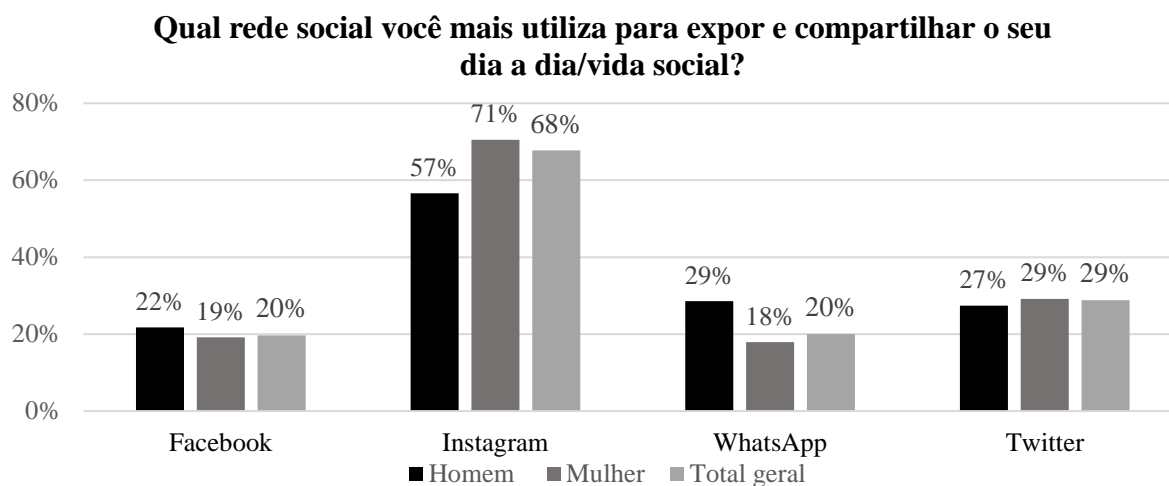


Gráfico 8 – Redes sociais mais mencionadas pelos respondentes para expor e compartilhar o seu dia a dia/vida social de acordo com a identidade de gênero.

## 6.2 “DESENROLANDO”

De forma literal, desenrolar seria "desfazer ou perder a forma de rolo". No mundo da pegação, é o ato de conversar com alguém com quem se queira ficar e arranjar o famoso “esquema”. Para tal ação, foi feita a pergunta “Qual é a sua rede social favorita para "desenrolar" alguém?”, podendo escolher apenas uma opção entre as redes: *Facebook*, *Grindr/Hornet/Femme*, *Instagram*, *Snapchat*, *Tinder/Happn/Badoo/outros*, *Twitter* e *WhatsApp*. Caso fosse outra rede não especificada, o respondente poderia marcar a opção “Outros”. A rede social favorita escolhida pelos respondentes em sua maioria foi o *WhatsApp*, com 49% das respostas (n=427), seguida pelo *Instagram* com 30% (n=260). Não houve divergências em relação a status de relacionamento ou orientação sexual, demonstrando que as duas redes são muito populares na hora do “desenrolo”.

Novamente, é visto que o *Instagram* está ganhando força entre os jovens no campo dos relacionamentos. Por mais que não tenha como finalidade ser uma plataforma de bate-papo, mas tenha um *chat (direct)* próprio, foi a segunda rede mais votada, ficando na frente do *Facebook*. No entanto, pode-se perceber que a maioria ainda prefere sistemas clássicos que permitem uma conversa mais fluida e que tenham um espaço dedicado para o desenrolar de assuntos, não bastando a interação curta.

### Qual é a sua rede social favorita para "desenrolar" alguém?

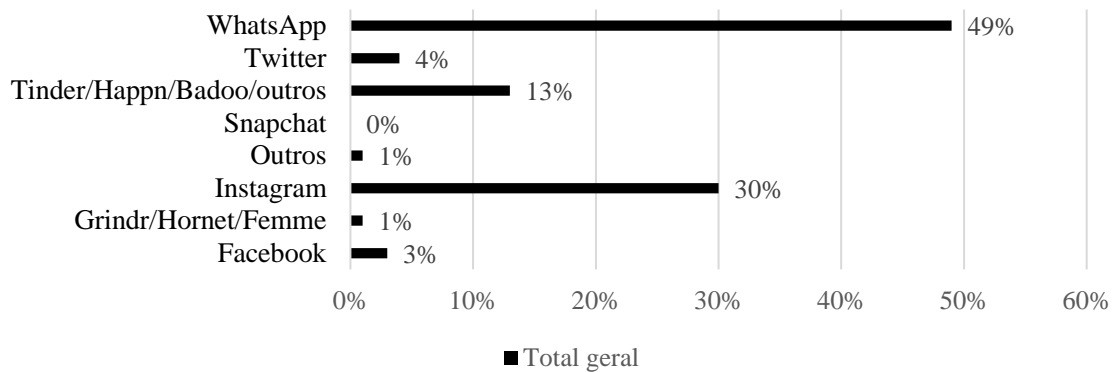


Gráfico 9 – Respostas em relação as redes sociais favoritas dos jovens para “desenrolar” alguém. Só era possível escolher uma rede social.

#### 6.2.1 Flertes e redes sociais: hábitos, tipos e opiniões

Como visto na seção 2.3, há aplicativos e sites dedicados a encontros amorosos, como o *Tinder* e *Match.com*, mas flertar na internet não está restrito a estas aplicações. É possível utilizar redes como *Facebook* e *Instagram* para chamar a atenção do(a) *crush* e demonstrar interesse. Foi perguntado sobre flertes fora de aplicativos de relacionamento, tendo como pergunta norteadora: “Você já flertou com alguém pelas redes sociais, sem ser através de aplicativos de relacionamento?”. A maioria dos respondentes (83%; n=726) declarou já ter flertado nas redes sociais e recebido um flerte. Apenas 1% não soube responder e 2% declarou nunca ter flertado ou recebido um flerte em redes sociais. Não houve divergências analisando por orientações sexuais ou status de relacionamento, seguindo o mesmo comportamento independente também de identidades de gênero. Com isso, é possível reforçar o uso de outras redes sociais para “dar em cima” de outras pessoas e alcançar o objetivo, sem necessariamente ir atrás de um “*match*” nos aplicativos de relacionamento.

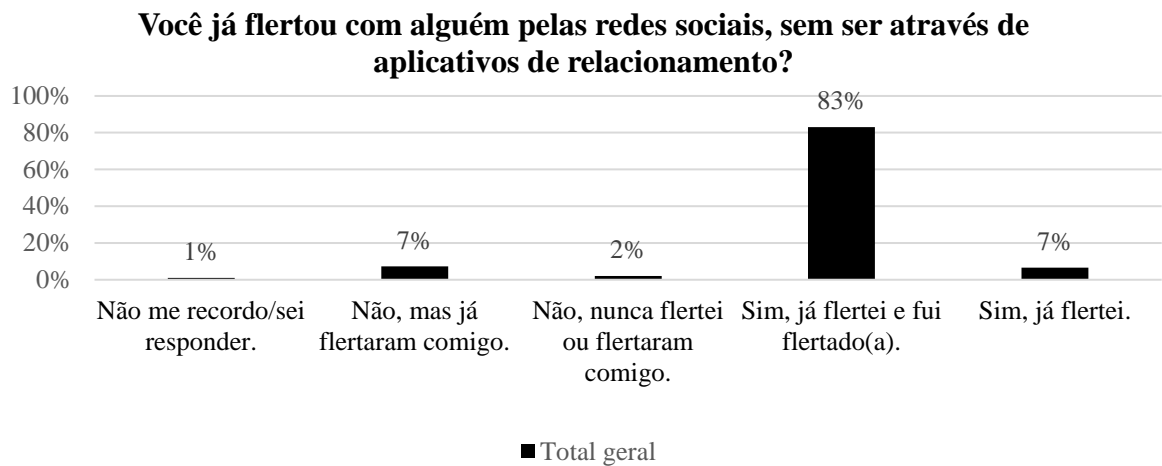


Gráfico 10 – Comportamento dos jovens em relação ao flerte pelas redes sociais.

E o que pode ser considerado um flerte em rede social? Foram listadas algumas ações em redes sociais que poderiam ser consideradas flertes para serem respondidas à essa pergunta, podendo seleccionar mais de uma opção e ainda um campo aberto.

“Responder stories com frequência” foi a ação mais votada como intenção de flerte nas redes sociais, com 70% das menções pelo público geral (n=614), seguida por “Curtir/reagir a fotos antigas” com 53% de votos (n=466) e “Curtidas/reações frequentes da mesma pessoa em fotos” com 47% (n=414). A opção “Adicionar/Seguir sem conhecer a pessoa” foi votada por 24% dos respondentes (n=206), sendo a menos popular das opções listadas.

Em “Outros” (9%; n=77), a ação que mais apareceu e chamou atenção foi puxar assunto ou elogiar através de mensagens ou *chats* privados, muitas vezes sendo comentada a “DM do *Instagram*”, tanto pelo público masculino e feminino. Apareceram respostas como uso de *emojis* nas conversas e mandar mensagens diretas como “e ai, bora?” ou “quer sair?”. Conversar todos os dias também apareceu como opção de flerte on-line. 8% da amostra marcou a opção “Não considero nenhuma das ações acima flertes” (n=74).

### O que você considera como um flerte nas redes sociais?

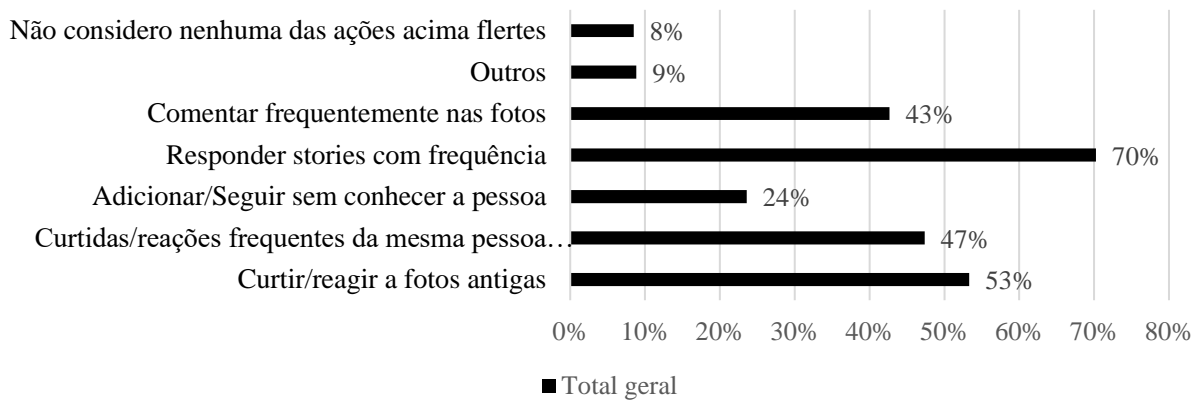


Gráfico 11 – Respostas em relação a ações consideradas flerte pelos jovens.

Mas afinal: qual é a opinião dos jovens em relação ao uso das redes *Instagram* e *Facebook* para a paquera? Como, de fato, eles utilizam essas redes para tal finalidade? Foram feitas essas perguntas abertas e 604 respondentes emitiram suas opiniões.



Imagem 11 – Nuvem de palavras construída a partir das respostas dadas a pergunta “O que você acha do uso de redes como *Instagram* e *Facebook* para a paquera? Como você utiliza essas redes para esta finalidade?”. As palavras com mais recorrência formam a nuvem. Elaborada através do [www.wordclouds.com](http://www.wordclouds.com).

Muitas respostas falavam que o uso dessas redes era bom e interessante. Um respondente, inclusive, mencionou a falta de tempo no dia a dia e que essas ferramentas auxiliavam: “*Acho que são ferramentas que auxiliam na paquera, sobretudo em meio à correria do cotidiano. Eu mando memes kkkkk[sic]*”. Outro respondente falou sobre os riscos de utilizar essas redes por não ter informações completas dos usuários: “*É um pouco arriscado*

*porque não tem como saber se a pessoa está solteira ou não. Nem todas expõem seu relacionamento no perfil ou biografia. Os aplicativos pra[sic] relacionamento (tinder, por exemplo) dá mais segurança”. Para outro respondente, essas duas redes sociais servem de forma complementar quando não se tem contato com a pessoa “mirada”: “Eu acho que é um complemento, se você não tem contato algum com a pessoa, é um start. Curte uma foto, comenta um story, marca num meme, depois de criar um laço, é hora de firmar ele no interesse. Aí é conversar, marcar um encontro.”.*

Algumas respostas comparavam as redes sociais como se fossem um “novo Tinder”, principalmente a rede social *Instagram*: *“Comento com as minhas amigas que o Insta é o novo Tinder. Quando quero conhecer/ficar com alguém, costumo responder stories e tentar criar uma conversa, demonstrar interesse. Acho legal o uso dessas redes, mas é muito mais gostoso quando sai do flerte nas redes sociais pra vida real”.* Ou seja, as redes funcionam como facilitadores, mas há a importância de migrar o flerte *on-line* para o mundo *off-line*. Outro respondente, por não gostar de aplicativos de relacionamento, falou sobre a facilidade das redes sociais: *“Útil! Não curto apps de relacionamento por soar como um catálogo, vc[sic] vai escolhe e acabou. Acho meio vazio e forçado. Por rede social é mais fácil pq[sic] vc[sic] só posta algo que curtiu, uma foto que se achou bonita e se a pessoa se interessar, o biscoito vem HAHAAH[sic]”*

Uma usuária do *Facebook* contou sobre como utiliza a rede para chamar a atenção, uma vez que também não utiliza o *Instagram*, dizendo que *“o que me resta é reagir com coraçãozinho na foto do @ que eu não conheço esperando que ele entenda.”* E sobre essa questão de esperar que o outro entenda, outro respondente contou sobre achar vago pois nem sempre os sinais nas redes sociais são claros: *“Acho meio vago, até porque a gente não sabe qual a intenção da pessoa quando ela está reagindo a uma foto ou enviando uma mensagem, então nem sempre os sinais de paquera são claros”.* Retomando ao que foi visto no capítulo 2.2, todas as ações em redes sociais partem de uma leitura subjetiva e necessitam contextualização.

Também tiveram respondentes que nunca utilizaram ou não utilizam essas redes sociais para tal finalidade, às vezes por preferir a interação cara a cara ou por apenas utilizá-las para os próprios fins pelas quais foram criadas. Porém, quem nunca usou pode ser que esteja a um passo de dar uma chance, como este respondente: *“Nunca usei, mas estou pensando em começar a me afundar nesse poço mesmo.”.*



### 6.2.2 E os “contatinhos”?

“Contatinho” é um vocábulo presente no dicionário dos jovens respondentes: apenas 1% da amostra diz não saber o que são “contatinhos”. Perguntados sobre o costume de ter “contatinhos”, 36% da amostra declara não costumar a ter (n=313). Enquanto isso, 63% da amostra diz ter “contatinhos”, tendo 20% (n=173) pelo menos 1 “contatinho”, 30% de 2 a 3 “contatinhos” (n=259) e 14% declarou ter mais de 3 “contatinhos”, com 124 respondentes. O público masculino que declarou ter mais de 3 “contatinhos” é de 22%, enquanto o público geral chega em 14%.

#### Você costuma a ter contatinhos? Se sim, quantos?

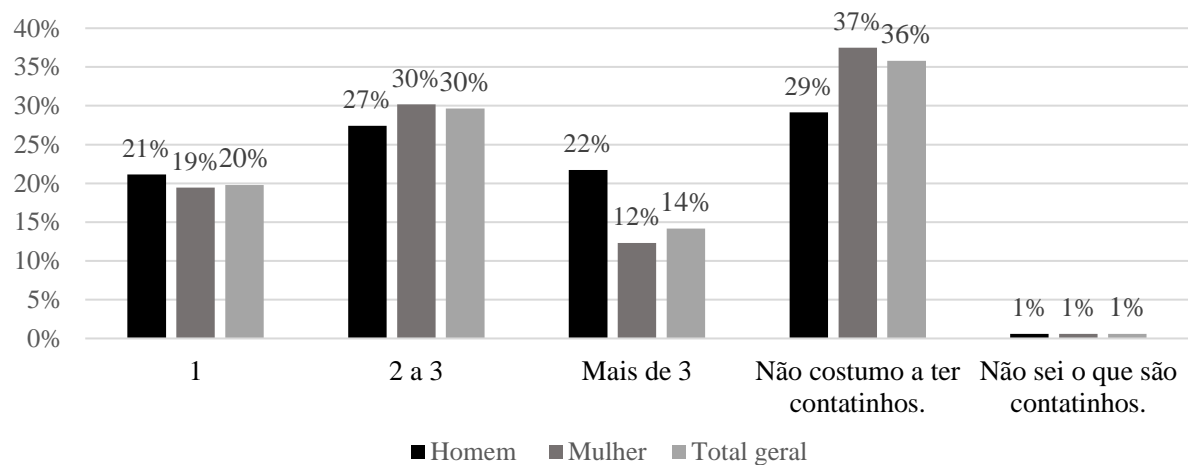


Gráfico 12 – Comportamento dos jovens em relação aos contatinhos, de acordo com a identidade de gênero.

É importante destacar que, para esta pergunta, havia uma nota descritiva para que o respondente pudesse responder com base em experiências passadas, pois muitos declararam estar em relacionamentos estáveis. Analisando a partir do status de relacionamento, o público solteiro se dividiu entre não ter “contatinhos”, com 51% das respostas, enquanto 38% do público que declarou estar numa relação estável diz não costumar ter “contatinhos”. Já os públicos que estão em um tipo de relação mais instável, 45% dos que possuem já possuem pelo menos um ficante declarou ter de 2 a 3 “contatinhos”, assim como os que estão “pegando geral” (47%), que também tiveram 34% dos respondentes declarando ter mais de 3 “contatinhos”.

<b>Você costuma a ter contatinhos? Se sim, quantos?</b>										
<b>Quantidade de contatinhos</b>	<b>Solteira(o)</b>		<b>Namorando</b>		<b>Ficando</b>		<b>Pegando geral</b>		<b>Total geral</b>	
	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
1	61	<b>19%</b>	68	<b>21%</b>	38	<b>25%</b>	6	<b>7%</b>	173	<b>20%</b>
2 a 3	62	<b>19%</b>	89	<b>28%</b>	69	<b>45%</b>	39	<b>47%</b>	259	<b>30%</b>
Mais de 3	31	<b>10%</b>	39	<b>12%</b>	26	<b>17%</b>	28	<b>34%</b>	124	<b>14%</b>
Não costumo a ter contatinhos.	165	<b>51%</b>	120	<b>38%</b>	19	<b>13%</b>	9	<b>11%</b>	313	<b>36%</b>
Não sei o que são contatinhos.	3	<b>2%</b>	1	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>0%</b>	5	<b>1%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 23 – Comportamento dos jovens em relação aos contatinhos, de acordo com o status de relacionamento.

### 6.3 RELACIONAMENTOS: DURAÇÃO, VISÕES E *STATUS*

Para 43% (n=380) dos respondentes, estar solteiro se encaixaria perfeitamente com a frase "Não fico com ninguém fixo, mas dependendo do rolê dou uns beijos!", significando que não necessariamente é preciso estar na inatividade. Dependendo do status de relacionamento dos jovens respondentes, essa opinião pode mudar.

Para os pegadores, por exemplo, a frase que mais se encaixa sobre estar solteiro(a) é "Costumo ficar com mais de uma pessoa ao mesmo tempo, mas não namoro ninguém", com 40% das respostas desse público, o que se encaixa exatamente para quem se autodeclara pegando geral. Com isso, pode-se dizer que quem está pegando geral se considera ainda como solteiro(a).

Assim como para quem está ficando ou conhecendo alguém, a frase que mais fez sentido com 2% de diferença da frase do público geral foi "Posso estar ficando frequentemente com alguém, mas não estamos namorando.", com 33% das respostas, novamente demonstrando que esse público, por mais que tenha se declarado como ficando ou conhecendo alguém, também se enxerga como solteiro(a).

Para 52% dos que se declararam solteiros nesta pesquisa, estar solteiro é não ficar com ninguém fixo, mas de vez em quando podem "dar uns beijos". Apesar da maioria dos solteiros ter declarado não ter nenhum contatinho (51%), percebe-se que a concepção dos jovens em relação ao status de solteiro(a) não habita o campo da total inatividade sexual.

### Para você, qual frase melhor define sobre estar solteiro?

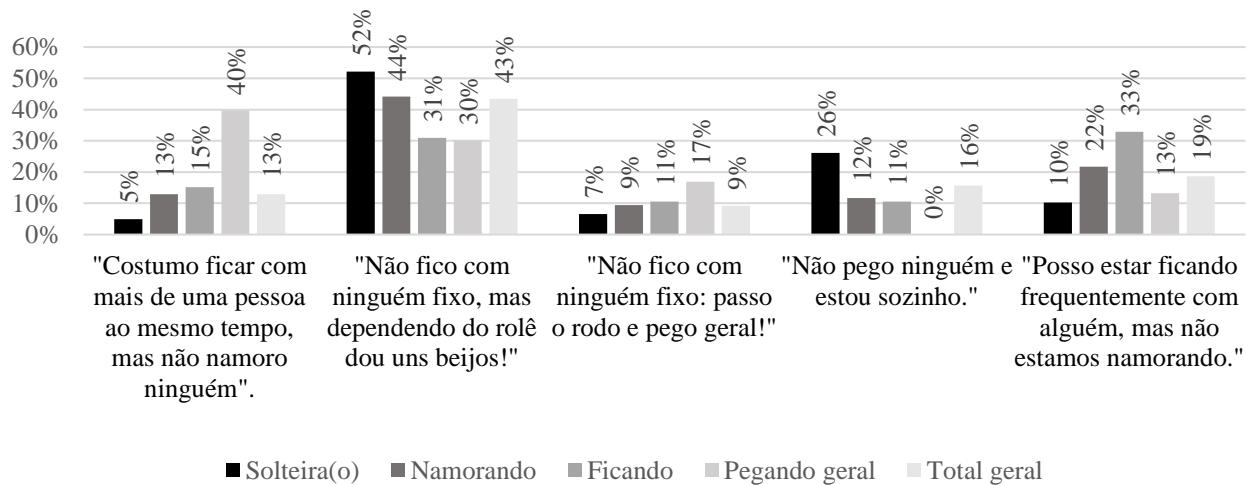


Gráfico 13 – Respostas à pergunta “Para você, qual frase melhor define sobre estar solteiro?”.

Buscando identificar o comportamento habitual dos jovens em relação a relacionamentos simultâneos, os respondentes marcaram a frase mais condizente com seus valores. Os jovens demonstram hábitos bem divididos em relação à “dedicação exclusiva” aos parceiros. A afirmativa "Não, quando estou ficando com alguém, eu fico só com essa pessoa!" teve 30% das respostas, demonstrando grau de fidelidade ao/à parceiro(a). Já a frase "Não costumo, mas quando a pessoa está ficando com outras além de mim, não me prendo." pontuou 29%, o que demonstra que o(a) jovem só irá se relacionar com outras pessoas caso o(a) parceiro(a) também se relacione. 28% dos jovens responderam "Às vezes, nada planejado. Afinal, estou solteiro(a)". Esses valores podem indicar que, no geral, não há um único perfil de “dedicação”. Analisando separadamente de acordo com os status de relacionamento, algumas frases ganham mais destaques do que outras.

40% do público que está em um relacionamento sério concorda com a afirmativa ligada a fidelidade à pessoa que está ficando, mas 29% deste grupo também demonstra que se souber que o(a) parceiro(a) está ficando com outras pessoas, não se prende, dado similar ao público geral.

Os autodeclarados solteiros também se dividiram entre as 3 afirmativas campeãs do público geral, com poucos desvios. Curiosamente, mostram-se dispostos a engajar em um relacionamento estável, com 33% declarando fidelidade exclusiva ao ficar com alguém.

Já quem está ficando com alguém demonstrou mudar seu comportamento de acordo com o de seu/sua parceiro(a); 34% diz que às vezes fica com outras pessoas por estar solteiro(a),

36% declara não ter o costume, mas quando a pessoa está ficando com outras, não se prender” e 21% demonstrou fidelidade ao/a parceiro(a), como se fosse um relacionamento sério.

Por sua vez, o público “pegando geral” teve como frase campeã "Às vezes, nada planejado. Afinal, estou solteiro(a)", com 43% das respostas, demonstrando que pode depender do momento, lugar e da *vibe*. A frase que, de fato, não se encaixa no perfil dos pegadores é a de dedicação 100% exclusiva, com apenas 1% das menções.

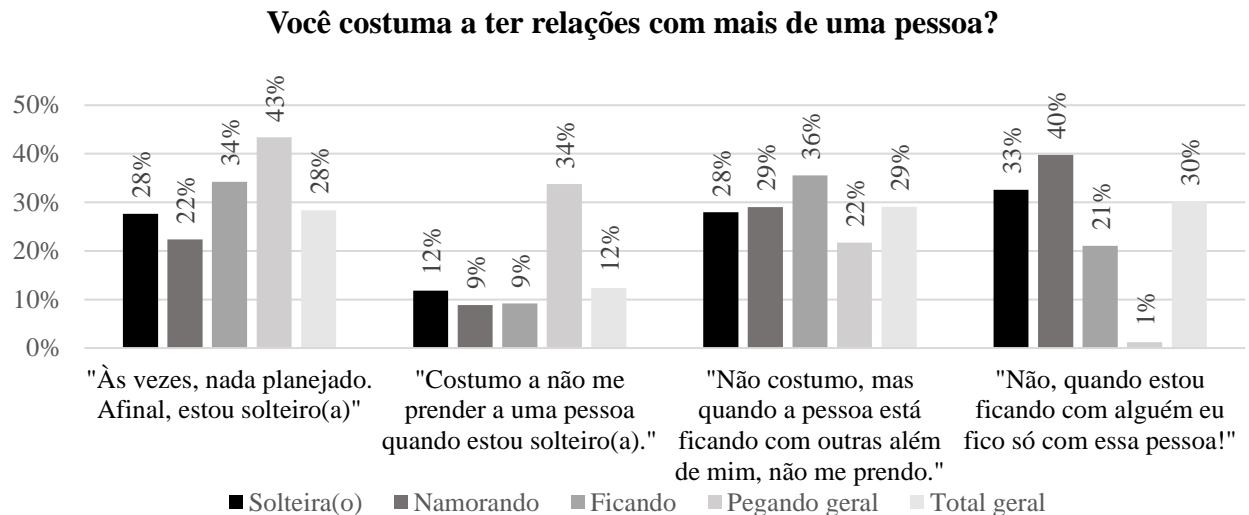


Gráfico 14 – Respostas à pergunta “Você costuma a ter relações com mais de uma pessoa?”

Olhando os resultados a partir da ótica dos “contatinhos”, observa-se que o público que dependendo da situação pode vir a ficar com outras pessoas, ou não costuma a se prender a ninguém, possui um indicador alto em relação aos contatinhos, enquanto 57% de quem afirma não ficar com mais de uma pessoa ao mesmo tempo não possui nenhum contatinho. Do público que costuma a não se prender a uma pessoa, 34% confessa ter de 2 a 3 contatinhos e, também, 34% confessa ter mais de 3 contatinhos. É possível concluir que há uma relação de interdependência entre a disponibilidade de contatinhos e o costume de ter relacionamentos simultâneos.

**Você costuma a ter relações com mais de uma pessoa? (de acordo com a quantidade de contatinhos)**

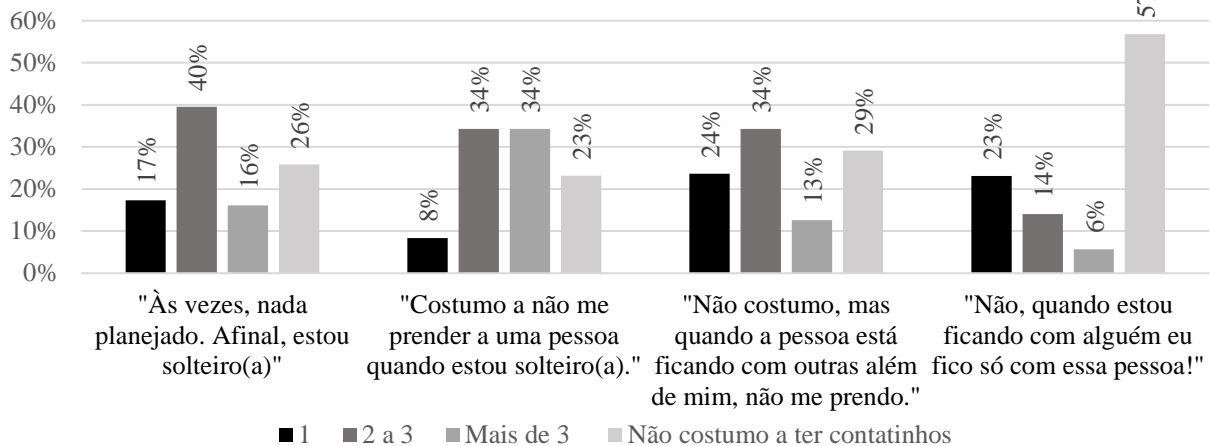


Gráfico 15 – Cruzamento entre “Você costuma a ter relações com mais de uma pessoa?” com a quantidade de contatinhos

A dedicação exclusiva a alguém não segue apenas um padrão, podendo divergir de acordo com o status atual de relacionamento dos jovens. E, com base na frase “ao se comprometerem, ainda que sem entusiasmo, lembrem-se de que possivelmente estarão fechando a porta a outras possibilidades românticas talvez mais satisfatórias e completas” (BAUMAN, 2004, p. 10), os jovens demonstraram seus graus de concordância com a afirmativa “Ficar exclusivamente com alguém fecha “portas” para outros relacionamentos” através de respostas com escala de 1 a 7. Não houve discrepâncias em relação à identidade de gênero, status de relacionamento ou orientação sexual, com um maior número de respostas no item de valor 7 (27%), tendo uma média ponderada igual a 4,7, significando que os jovens de maneira geral concordam um pouco com a afirmativa. Esse comportamento pode indicar uma razão para o recuo no estabelecimento de relações amorosas mais sérias, pois se há um pensamento voltado para o fechamento de portas, há a percepção de prejuízo ao estreitar laços com alguém.

### Ficar exclusivamente com alguém fecha "portas" para outros relacionamentos

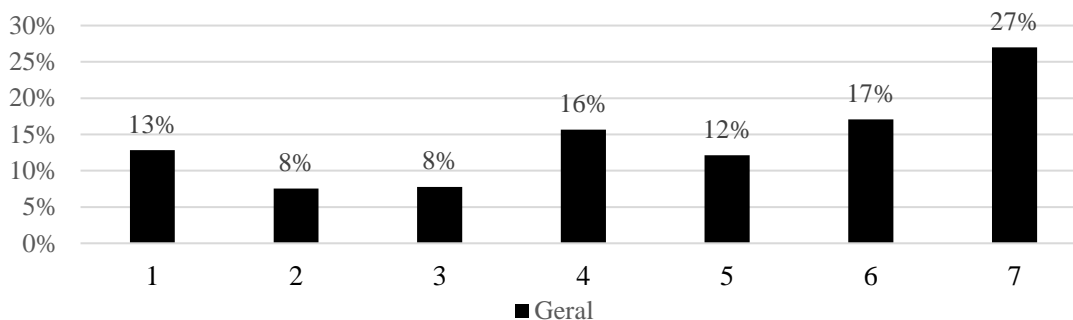


Gráfico 16 – Respostas à escala de concordância sobre “Ficar exclusivamente com alguém fecha "portas" para outros relacionamentos”.

De maneira ainda tradicional, a grande maioria dos jovens acredita que somente está num relacionamento sério caso haja um pedido oficial de namoro (58%; n=510). Ou seja, firmar acordo pessoal direto é mais importante e crucial para os jovens, tendo em segundo lugar como mais votada apresentar para os pais, com 24%.

#### E qual frase melhor define se você está ou não em um relacionamento sério?

Frasas	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Após ser pedido/a oficialmente em namoro	103	<b>59%</b>	407	<b>58%</b>	510	<b>58%</b>
Apresentar a pessoa para a família	30	<b>17%</b>	180	<b>26%</b>	210	<b>24%</b>
Levar a pessoa aos encontros com os amigos	21	<b>12%</b>	57	<b>8%</b>	78	<b>9%</b>
Passar o Dia dos Namorados acompanhado/a (fazer programas juntos/troca de presentes)	13	<b>7%</b>	33	<b>5%</b>	46	<b>5%</b>
Publicar o status de relacionamento nas redes sociais	5	<b>3%</b>	15	<b>2%</b>	20	<b>2%</b>
Passar o Carnaval acompanhado/a da pessoa	3	<b>2%</b>	7	<b>1%</b>	10	<b>1%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 24 – Respostas em relação a frase que mais identifica o estabelecimento de um relacionamento sério de acordo com a identidade de gênero.

Esse padrão também se repete independentemente do status atual de relacionamento ou orientação sexual do jovem, tendo uma relevância ainda maior para os bissexuais/pansexuais (64%) e homossexuais (77%) o pedido oficial de namoro para que seja testamentado a condição do relacionamento sério.

<b>E qual frase melhor define se você está ou não em um relacionamento sério?</b>								
<b>Frases</b>	<b>Bissexual e Pansexual</b>		<b>Heterossexual</b>		<b>Homossexual</b>		<b>Total geral</b>	
	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
Após ser pedido/a oficialmente em namoro	161	<b>64%</b>	282	<b>53%</b>	67	<b>77%</b>	510	<b>58%</b>
Apresentar a pessoa para a família	41	<b>16%</b>	165	<b>31%</b>	4	<b>5%</b>	210	<b>24%</b>
Levar a pessoa aos encontros com os amigos	28	<b>11%</b>	41	<b>8%</b>	9	<b>10%</b>	78	<b>9%</b>
Passar o Dia dos Namorados acompanhado/a (fazer programas juntos/troca de presentes)	16	<b>6%</b>	25	<b>5%</b>	5	<b>6%</b>	46	<b>5%</b>
Publicar o status de relacionamento nas redes sociais	7	<b>3%</b>	12	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>	20	<b>2%</b>
Passar o Carnaval acompanhado/a da pessoa	0	<b>0%</b>	9	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>	10	<b>1%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>534</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 25 – Respostas em relação a frase que mais identifica o estabelecimento de um relacionamento sério, de acordo com a orientação sexual.

Como forma de avaliar a duração dos relacionamentos amorosos entre os jovens, a afirmativa “Minhas relações amorosas são de curto prazo” foi avaliada por uma escala de 1 a 7, de acordo com o grau de concordância com a frase. As médias obtidas não variaram muito entre os públicos masculino (4,5) e feminino (3,9), sendo a média geral 4,0, o que pode ser lido como uma neutralidade: pode variar de acordo com a relação que esteja vivendo. Os indicadores de acordo com os status de relacionamento chamam atenção, se comparados os status “namorando” e “pegando geral”: a média ponderada dos que namoram é 2,7, enquanto a média dos que estão pegando geral está na casa dos 5,2, mostrando uma concordância maior do que a média geral. Importante frisar que a moda estatística de quem está namorando foi 1 (32%), discordando totalmente, enquanto a do público que está pegando geral foi 7 (37%), ambos destoando bastante do público geral.

### Minhas relações amorosas são de curto prazo

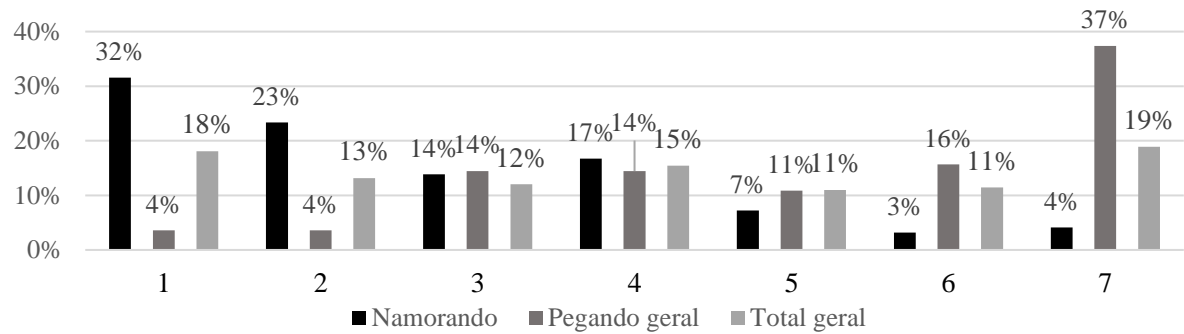


Gráfico 17 – Respostas à escala de concordância sobre “Minhas relações amorosas são de curto prazo”. Análise comparativa entre os que namoram e os que pegam geral. Fonte: autora (2019)

Além disso, o comportamento dos solteiros sem nenhum tipo de compromisso demonstrou média de 4,8. Assim, as respostas tenderam mais para a concordância do que discordância, o que pode indicar uma maior dificuldade para este público – e o porquê estão solteiros. Em contrapartida, para os que estão ficando, a média foi igual a 4,2, tendendo levemente para uma concordância parcial.

### Minhas relações amorosas são de curto prazo

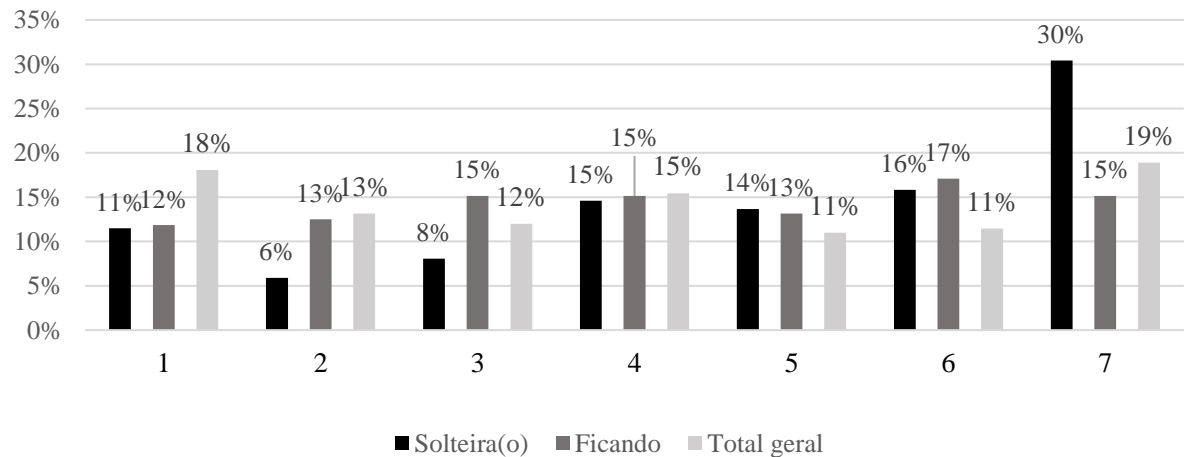


Gráfico 18 – Respostas à escala de concordância sobre “Minhas relações amorosas são de curto prazo”. Análise comparativa entre solteiros e ficantes.



## 6.4 SENTIMENTOS: PAIXÃO, APEGO, INCÔMODOS E CIÚMES

Os jovens costumam se apaixonar pelas pessoas que estão ficando ou será que de certa forma há uma resistência quanto a isso? Como é a relação com o apego: segue o mesmo padrão? Será que os jovens se incomodam ao saber que as pessoas com quem estão saindo – e não namorando ou em relação estável – podem estar saindo com outras? Como lidam com o ciúmes: é frequente ou não?

Numa escala de 1 a 7, de acordo com o grau de concordância, os respondentes deveriam opinar sobre “Sempre me apaixono pela pessoa que estou ficando”. Não houve divergências em relação a gênero, tendo a média ponderada igual a 3,6, o que significa que o público discorda um pouco da afirmativa. Em relação a status de relacionamento, o público “pegando geral” teve a média ponderada igual a 2,9, significando que discorda um pouco dessa afirmativa. Porém, a média ponderada de quem está namorando foi igual a 3,9, chegando mais próximo de uma neutralidade quanto a afirmação.

Com isso, pode ser dito que quem está pegando geral, tipo de relacionamento mais efêmero e líquido, está mais próximo de não se apaixonar quando está ficando com alguém. Por outro lado, os que já estão num relacionamento mais estável e sólido estão mais próximos de concordar com a afirmativa, demonstrando maior disponibilidade/abertura para um envolvimento emocional mais consistente.

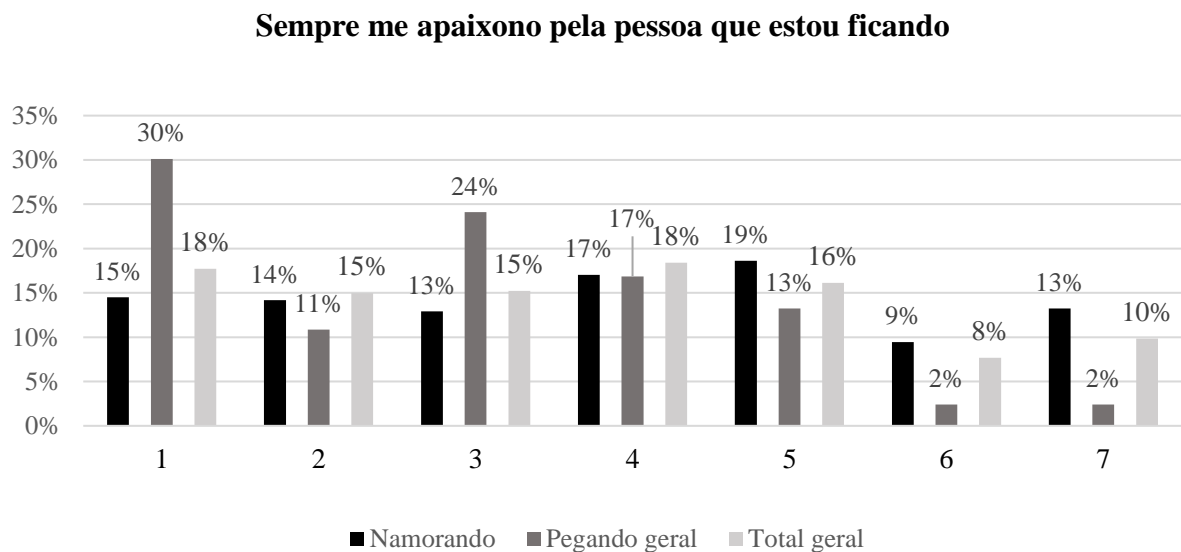


Gráfico 19 – Respostas à escala de concordância sobre “Sempre me apaixono pela pessoa que estou ficando”.

O comportamento dos jovens em relação ao apego não teve nenhuma discrepância por identidade de gênero, orientação sexual ou status de relacionamento: formou-se uma “escada”, tendo uma menor incidência para discordância total (6%) enquanto 27% dos jovens parecem concordar totalmente com a afirmativa “Tenho facilidade em me apegar afetivamente às pessoas com que saio frequentemente”. Em média ponderada, os jovens concordam um pouco com a afirmativa, resultando em 4,9, demonstrando que há uma facilidade em se apegar afetivamente às pessoas que estão saindo com frequência.

### Tenho facilidade em me apegar afetivamente às pessoas com que saio frequentemente

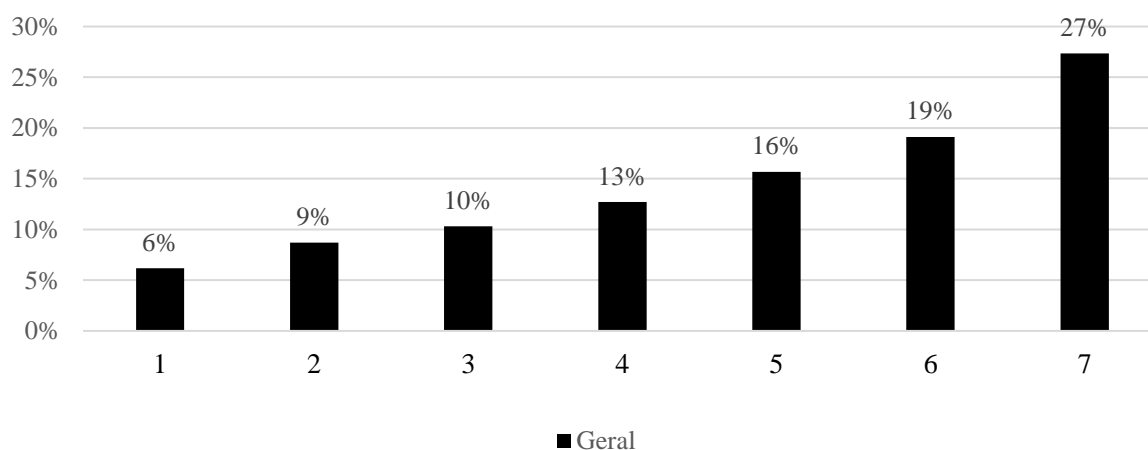


Gráfico 20 – Respostas à escala de concordância sobre “Tenho facilidade em me apegar afetivamente às pessoas com que saio frequentemente”.

Esses dados demonstram que os jovens fazem distinção entre as noções de paixão e de apego. Não necessariamente os jovens sempre se apaixonam pelas pessoas com as quais estão se relacionando, porém, há uma tendência maior para o apego. Os sentimentos de apego e paixão podem ser confundidos na falta de diálogo, uma vez que andam frequentemente em conjunto, entretanto, são sentimentos diferentes. O apego essencialmente está relacionado ao cuidado, enquanto a paixão está associada ao amor completo. Bauman (2004) relaciona as duas instâncias (apego e paixão) ao amor completo.

Afinal: quando o jovem está saindo com alguém, sem nenhum compromisso estável firmado, sente um incômodo em imaginar que, esse alguém, pode estar conhecendo outras pessoas ao mesmo tempo? – ou seja, pode estar em aplicativos de relacionamento, paquerando nas redes sociais ou até mesmo tendo encontros com outras pessoas? Pensar nessas situações gera alguma sensação de desconforto? Assim, os jovens responderam através de uma escala de

concordância de 1 a 7 com a frase “Me incomoda saber que a pessoa que estou saindo pode estar conhecendo outras pessoas ao mesmo tempo”.

A média ponderada obtida não apresentou muita discrepância em relação a identidade de gênero, sendo 4,5 para os homens e 4,9 para as mulheres (o que também poderia ser dito que as mulheres se incomodam levemente mais que os homens), enquanto a média ponderada geral é igual a 4,9, demonstrando certo grau de concordância. No entanto, em relação aos *status* de relacionamento, os jovens que estão pegando geral parecem não concordar tanto com a frase em relação aos outros *status* e ao público geral: a média ponderada foi igual a 3,8.

Com isso, pode-se concluir que, no geral, os jovens concordam um pouco com a frase, mas especificamente os jovens que estão pegando geral parecem demonstrar certa neutralidade.

### Me incomoda saber que a pessoa que estou saindo pode estar conhecendo outras pessoas ao mesmo tempo

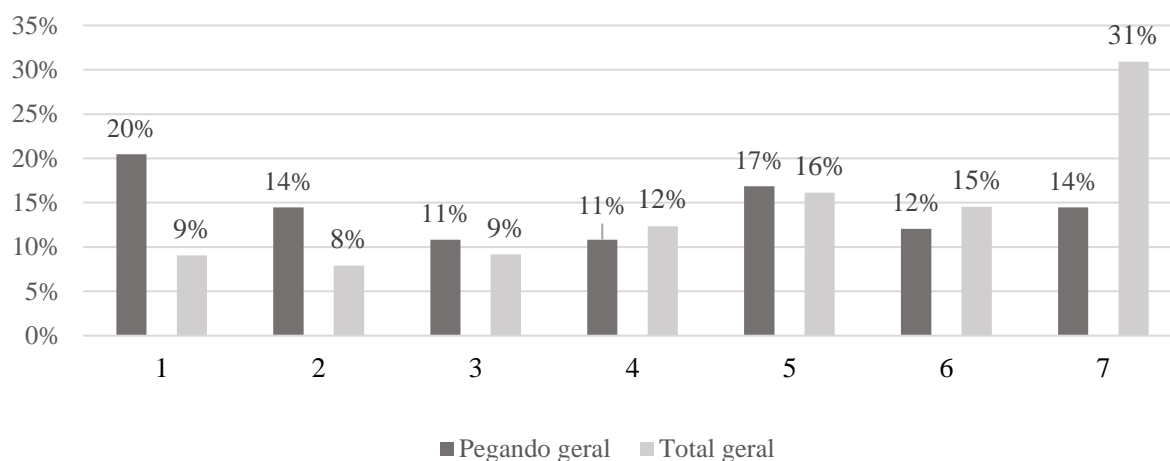


Gráfico 21 – Respostas à escala de concordância sobre “Me incomoda saber que a pessoa que estou saindo pode estar conhecendo outras pessoas ao mesmo tempo”.

Esse incômodo pode estar relacionado à sensação de ciúmes com o outro. Através da frase “Costumo sentir ciúme da pessoa que estou me relacionando”, 60% dos jovens responderam com algum grau de concordância, com “5” (21%; n=182), “6” (20%; n=172) e “7” (21%; n=182), tendo uma média igual a 4,8 e demonstrando que pode existir o sentimento de ciúmes em relação a pessoa com quem estão se relacionando – e que não necessariamente estão namorando. Quem está pegando geral teve uma média levemente mais baixa de 4,3, o que demonstra mais uma neutralidade em relação a frase, tendo 27% das respostas no número “5”. 27% dos que estão namorando, porém, responderam que se identificam totalmente com a afirmativa, tendo média de 5,1. Ou seja, o ciúme está presente assim como o apego.

### Costumo sentir ciúme da pessoa que estou me relacionando

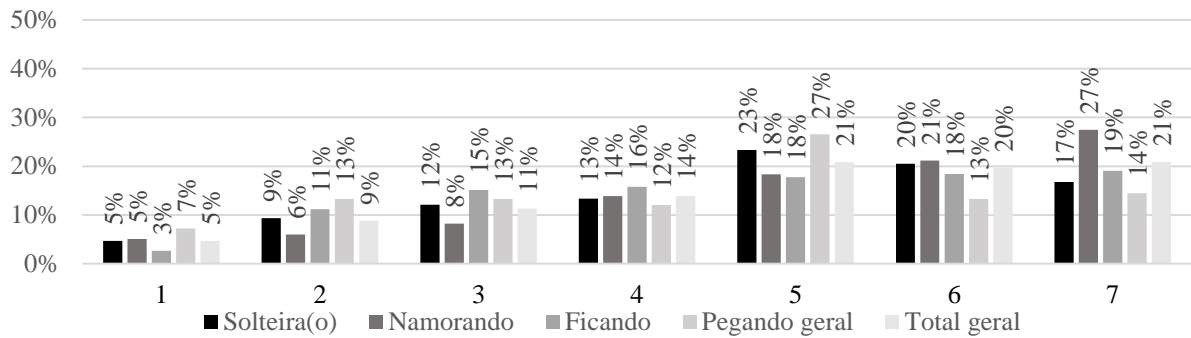


Gráfico 22 – Respostas à escala de concordância sobre “Costumo sentir ciúme da pessoa que estou me relacionando” de acordo com o status de relacionamento.

Buscando entender as relações entre ciúmes e ações nas redes sociais, três afirmativas foram analisadas: 1º em relação a curtir fotos de outra pessoa, 2º em relação a comentar ou marcar frequentemente outra pessoa em publicações (independente da rede social digital) e 3º em relação a confirmação de presença em eventos on-line sem a pessoa da relação ter sido convidada. A afirmativa mais relevante para todos os públicos foi em relação às menções em publicações, quando a pessoa com quem está se relacionando marca outra pessoa em *posts*, com média total igual a 4,4 e para o público que está namorando 4,8, que teve como moda estatística “me identifico totalmente” com 30% das respostas. Aparentemente, ao demonstrar de modo público que determinada publicação fez a pessoa com quem está se relacionando lembrar de terceiros a ponto de marcá-los, uma sensação de ciúmes pode ser sentida de modo mais claro do que as outras ações.

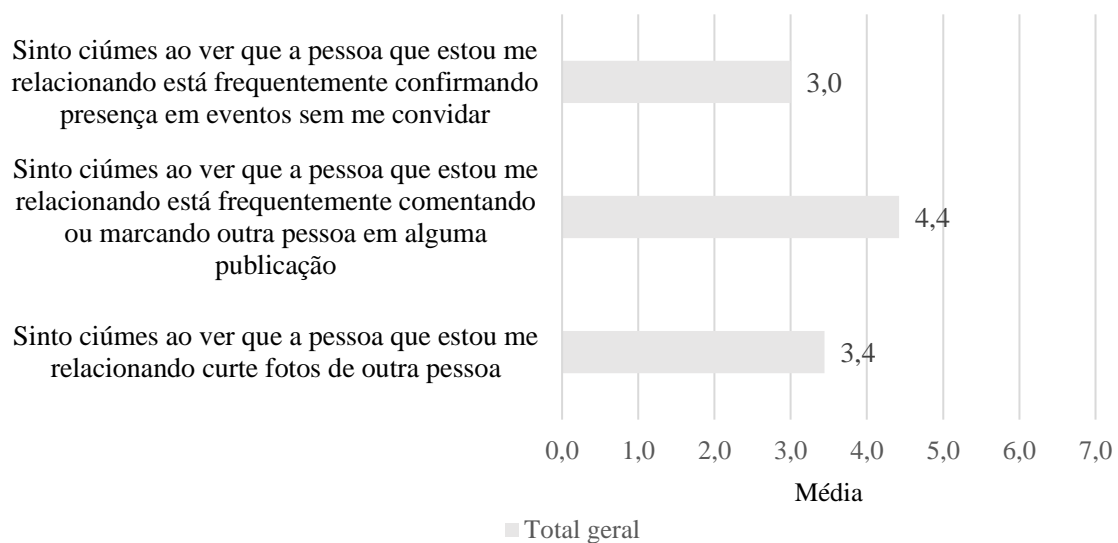


Gráfico 23 – Médias das respostas em relação a identificação com frases sobre ciúmes e ações realizadas nas redes sociais, como confirmação de presença em eventos, marcação em publicações e curtidas em fotos de outras pessoas.

**Sinto ciúmes ao ver que a pessoa que estou me relacionando está frequentemente comentando ou marcando outra pessoa em alguma publicação**

<b>Escala</b>	<b>Solteira(o)</b>		<b>Namorando</b>		<b>Ficando</b>		<b>Pegando geral</b>		<b>Total geral</b>	
	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>	<b>n</b>	<b>(%)</b>
1	38	12%	35	11%	17	11%	14	17%	104	12%
2	40	12%	21	7%	20	13%	8	10%	89	10%
3	36	11%	24	8%	24	16%	11	13%	95	11%
4	40	12%	41	13%	27	18%	13	16%	121	14%
5	70	22%	52	16%	26	17%	14	17%	162	19%
6	46	14%	50	16%	14	9%	8	10%	118	14%
7	52	16%	94	30%	24	16%	15	18%	185	21%
<b>Total Geral</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>
<b>MÉDIAS:</b>		<b>4,3</b>		<b>4,8</b>		<b>4,1</b>		<b>4,1</b>		<b>4,4</b>

Tabela 26 – Respostas e médias em relação a identificação com a frase sobre ciúmes por marcações em publicações.

Muito importante também analisarmos se as pessoas que costumam ficar com outras pessoas durante uma relação também sentem ciúmes de ações na internet. Olhando para o item de maior média (comentando ou marcando em publicações), o resultado encontrado é de que 26% de quem declarou "Não costumo, mas quando a pessoa está ficando com outras além de mim, não me prendo" identificou-se totalmente com sentir ciúmes com essas ações, comportamento extremamente parecido com quem realmente só costuma ficar com apenas uma pessoa (27%).

### Ciúmes em publicações x Ter relações simultâneas

Escala	"Às vezes, nada planejado. Afinal, estou solteiro(a)"		"Costumo a não me prender a uma pessoa quando estou solteiro(a)."		"Não costumo, mas quando a pessoa está ficando com outras além de mim, não me prendo."		"Não, quando estou ficando com alguém eu fico só com essa pessoa!"		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	35	14%	25	23%	23	9%	21	8%	104	12%
2	33	13%	12	11%	23	9%	21	8%	89	10%
3	30	12%	13	12%	29	11%	23	9%	95	11%
4	42	17%	17	16%	29	11%	33	13%	121	14%
5	45	18%	13	12%	49	19%	55	21%	162	19%
6	31	13%	11	10%	36	14%	40	15%	118	14%
7	32	13%	17	16%	65	26%	71	27%	185	21%
Total Geral	248	100%	108	100%	254	100%	264	100%	874	100%

Tabela 27 – Cruzamento entre “Sinto ciúmes ao ver que a pessoa que estou me relacionando está frequentemente comentando ou marcando outra pessoa em alguma publicação” x Você costuma a ter relações com mais de uma pessoa?

Para entender a fundo como o sentimento de ciúmes pode florescer através das redes sociais, foi pedido de modo não obrigatório para quem quisesse abrir o coração desabafar alguma situação marcante que ocorreu por conta da internet. 250 mulheres e 53 homens contaram algumas histórias que, no geral, giravam em torno de postagem de *stories* no *Instagram* do “@” com outra pessoa ou sequência de curtidas em fotos. Uma respondente comentou que sentiu ciúmes com uma ação parecida do namorado: “*Quando eu vi que meu atual namorado só curtia foto de meninas haha[sic]*”. Outra, comentou que o namorado também curtia diversas fotos de outras mulheres, o que a fez “surtar” e no final descobriu que tinha sido traída: “*Quando eu estava namorando meu namorado não podia ver uma foto de bunda que comentava pra elogiar a menina. Eram bonitas? Lindíssimas, mas me incomodava demaaaaais, surtei mesmo porque no final das contas eu estava certa, fui corna[sic] demais*”.

Alguns desabafos bem interessantes foram recebidos, como o dessa jovem, que demonstra claramente que ações em redes sociais podem despertar ciúmes:

*O primeiro: conheci um menino no museu e quando nos encontramos em uma festa (sem ter marcado nada) ficamos e ele me adicionou no Facebook, conversamos por lá nos primeiros dias e depois por WhatsApp, em seguida ele me seguiu no Instagram. Com um tempo de conversa, desde o bom dia ao boa noite, sabendo sobre toda sua rotina já estava 100% apegada. Tenho a péssima mania de ver quem curte foto e uma vez no Instagram vi que uma menina da mesma faculdade que nós dois curtiu a foto dele e fiquei AAAAAA[sic] morrendo de ciúmes. Daí eu tive a certeza que se um dia eu namorar o Instagram ou outra rede pode interferir no relacionamento.*

*O segundo caso é: Comecei a ficar com um garoto que uma menina da minha turma já tinha ficado, mas era caso superado já para ela. Mas como tenho questões com minha auto estima[sic], quando ela curtiu as fotos que ele começou a postar da viagem que fez fiquei triste e com ciúmes."*

Percebeu-se também que muitos relatos demonstravam uma espécie de baixa autoestima das mulheres respondentes, com comentários falando de curtidas ou comentários de “mulheres mais bonitas – *“Toda vez que vejo a pessoa curtindo fotos de alguém[sic] que eu acho MUITO bonita, BEM mais do que eu, eu morro por dentro”* ou da amiga:

*“Próximo ao fim do meu antigo relacionamento meu ex já estava conversando com uma amiga dele fazia um tempo e eu sabia que ela era mais que uma amiga pra ele, e ele vivia marcando ela em posts sobre séries que eles assistiam em comum e eu me sentia abandonada. Hoje em dia essa amiga é a atual dele no qual eles começaram a ficar 3 dias depois que ele terminou comigo”.*

Pode-se fazer uma relação, portanto, que só curtir a foto de outra pessoa pode não trazer uma sensação inteira de ciúmes, porém, caso a pessoa se sinta “inferior”, esse sentimento pode ser potencializado: *“quando vi uma amiguinha do meu namorado postando vídeo dele nos stories e legendando o vídeo com coraçãozinho, deu vontade de fazer ela engolir o coração”.*

Relatos em relação a falta de fotos postadas em que o respondente aparecesse também apareceram. *“Reagi mal uma vez quando a minha namorada não postava foto comigo no Instagram dela”.* Isso pode demonstrar que a segurança de algumas pessoas pode ficar abalada caso não seja publicado oficialmente nas redes sociais fotos do casal para demonstrar que estão juntos de verdade. Publicação de fotos no *Instagram* pode ser considerada o novo “relacionamento sério” do *Facebook*.

Para fugir e evitar publicações da pessoa com quem está ficando, o ato de ocultar *stories* e publicações dela também apareceu nas respostas. O respondente correlacionou o ato com incômodo em vez de ciúmes, mas é bem interessante pontuar que essa ação pode ser realizada por pessoas que não tem certeza do destino da relação e prefere evitar saber da vida do outro:

*Não chega a ser ciúmes, mas talvez um incômodo, é coisa boba, mas ao mesmo tempo, involuntário, apenas acontece e você tem que trabalhar isso analisando o que você tem com a pessoa. Quando sei que é algo que não vai pra[sic] frente, serve pra me alertar e parar de me importar com isso, de preferência nem ver. Já aconteceu também de ocultar stories e publicações, desse modo, você só tem acesso indo ao perfil da pessoa. É algo que ajuda a afastar do problema.*

Outro relato bem interessante foi de um respondente que, “por não querer nada sério” (não queria assumir um namoro) com a menina que estava saindo – por mais que gostasse dela – abriu o jogo com ela, que desistiu do rapaz. Como ele quem não quis, tudo bem até aí. Porém, a reviravolta foi quando a menina começou a postar *stories* com outro cara, o que fez com que ele ficasse “bolado” e resolvesse sair com outra para chamar atenção:

*A gente estava saindo, ela até queria algo sério, eu que não quis, então ela desenganou de mim. Beleza! Só que vi ela postando stories com outro carinha e tal. E eu mesmo sabendo que ela não estava errada, que eu que não quis, eu ficava meio bolado de ver, por conta disso acabei saindo com outra pessoa, acho que muito mais pra impressioná-la. É bizarro, porque eu gostava dela, mas não queria assumir namoro.*

Ter “ex” nas redes sociais pode ser um problema para os sentimentos de algumas pessoas. Ver o que o(a) outro(a) está fazendo pós término, dependendo de como foi, pode não fazer tão bem para o espectador. Um respondente contou que ver o *story* da ex-namorada com outro “cara” foi a pior cena de ciúmes que ele já sentiu:

*Acho que o pior ciúme que eu já senti, foi de um stories da minha ex-namorada fumando com uma cara no carro. Deu até crise de ansiedade, hahaha. Na época eu imaginei que eles iam sair dali e transar. Meses depois eu descobri que eu estava certo. Era um término recente, então a minha reação foi muito forte. De qualquer forma, ex-namorados e redes sociais, não são boas combinações!*

## 6.5 DESILUSÕES E TÉRMINOS: QUAIS SÃO OS TIPOS E COMO LIDAR?

Desilusões e decepções amorosas não são exclusividade dos jovens atuais, mas o que pode variar é a forma como lidam com as situações e o que fazem para evitar essas sensações. Dessa forma, algumas perguntas e afirmativas com escalas de identificação foram feitas para uma melhor compreensão do tema.

Quase metade dos respondentes se identifica totalmente com a afirmação de que, após sofrer uma desilusão amorosa, desenvolveu medo para se envolver romanticamente com alguém novamente, tendo 48% das respostas no índice “7” de concordância, e 71% se somados os índices 5, 6 e 7. A média geral para a afirmativa é de 5,3, o que está próximo de uma concordância parcial. Comparativamente, as mulheres que responderam concordarem totalmente representam 50%, enquanto os homens representam 41%.

### **Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter medo de me envolver romanticamente**

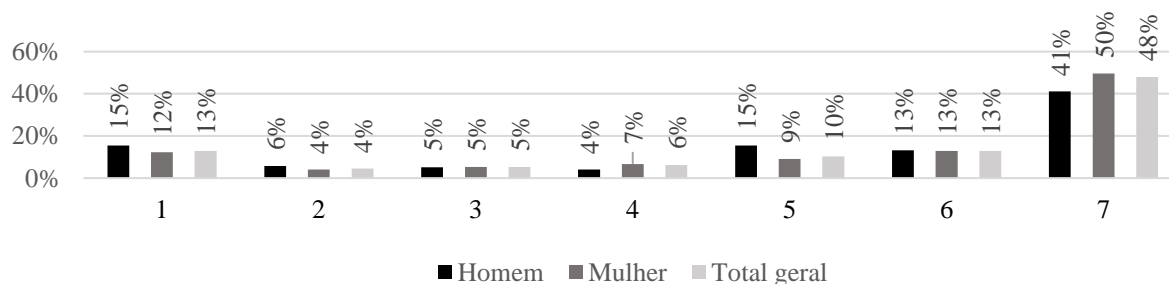


Gráfico 24 – Respostas à escala de identificação da frase “Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter medo de me envolver romanticamente”



De qualquer forma, é o maior indicador independente de gênero, orientação ou *status*. Curiosamente, para quem está pegando geral, a frase “Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter medo de me envolver romanticamente com alguém” foi concordada totalmente por 60%, o que representa 12% acima do total geral. Esse dado pode representar que quem está pegando geral pode ter sofrido uma desilusão amorosa ao ponto de ter desenvolvido um medo de se envolver romanticamente – e pode não evitar de se apaixonar ou seguir com relações.

### Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter medo de me envolver romanticamente

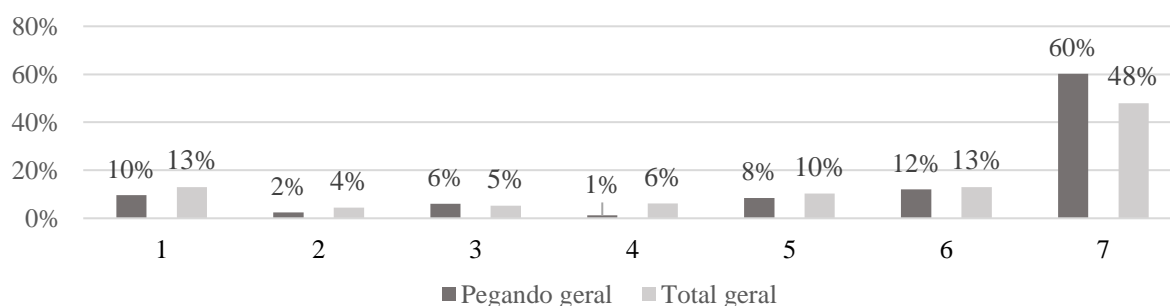


Gráfico 25 – Respostas à escala de identificação da frase “Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter medo de me envolver romanticamente” comparando Pegando Geral e Total Geral

Do mesmo modo, há uma relação entre decepções amorosas e o receio de oficializar relacionamentos? 56% dos jovens demonstraram identificar em algum grau o medo de oficializar relacionamentos com decepções amorosas. O comportamento entre os jovens de acordo com o status de relacionamento foi bem parecido, exceto em relação ao público que está pegando geral: houve uma maior inclinação para uma concordância total com a afirmativa “Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter receio de oficializar um relacionamento”. Enquanto o total geral apresentou 34% de respondentes concordando totalmente, o grupo pegando geral obteve 43% de concordância total. As médias ficaram bem parecidas, no entanto, de acordo com cada um dos *status* de relacionamento, demonstrando uma neutralidade.

**Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter receio de oficializar um relacionamento**

Escala	Solteira(o)		Namorando		Ficando		Pegando geral		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	70	22%	82	26%	33	22%	17	20%	202	23%
2	32	10%	18	6%	8	5%	3	4%	61	7%
3	25	8%	13	4%	6	4%	4	5%	48	5%
4	26	8%	23	7%	18	12%	4	5%	71	8%
5	30	9%	36	11%	17	11%	13	16%	96	11%
6	38	12%	31	10%	21	14%	6	7%	96	11%
7	101	31%	114	36%	49	32%	36	43%	300	34%
Total Geral	322	100%	317	100%	152	100%	83	100%	874	100%
<b>MÉDIAS:</b>		<b>4,3</b>		<b>4,5</b>		<b>4,6</b>		<b>4,9</b>		<b>4,5</b>

Tabela 28 – Respostas e médias em relação a identificação com a frase “Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter receio de oficializar um relacionamento”.

Jovens buscam ajudas terapêuticas para resolver as decepções amorosas pelas quais passam ou passaram? Para o público feminino, 32% demonstra identificar-se com a afirmativa “Precisei fazer algum tipo de terapia/medicação após uma decepção amorosa”, sendo que 23% identificaram-se totalmente com ela. A maioria (62%), no entanto, não demonstrou um grau de identificação, como no público masculino (77%). De acordo com os números, o público feminino estaria mais suscetível a necessidade de terapias ou medicações por conta das decepções do que o público masculino, com 67% dos homens discordando totalmente.

**Precisei fazer algum tipo de terapia/medicação após uma decepção amorosa**

Escala	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	118	67%	380	54%	498	57%
2	12	7%	26	4%	38	4%
3	6	3%	29	4%	35	4%
4	6	3%	44	6%	50	6%
5	8	5%	41	6%	49	6%
6	4	2%	21	3%	25	3%
7	21	12%	158	23%	179	20%
Total Geral	175	100%	699	100%	874	100%
<b>MÉDIAS:</b>		<b>2,3</b>		<b>3,1</b>		<b>2,9</b>

Tabela 29 – Respostas e médias em relação a identificação com a frase “Precisei fazer algum tipo de terapia/medicação após uma decepção amorosa”.

Foi feita uma pergunta aberta para quem quisesse compartilhar um pouco sobre a decepção amorosa mais marcante de sua vida. Muitos relatos dos jovens foram recebidos (de 227 mulheres e 55 homens). Questões relacionadas a saúde mental também foram desenvolvidas por alguns respondentes, tendo a palavra “ansiedade” mencionada 11 vezes e “terapia” 8 vezes. Essa situação pode ser ilustrada na resposta desse respondente: *“Ele terminou comigo e duas semanas depois se mudou pra minha república já namorando outra pessoa. Fiquei fudido [sic] da cabeça e isso me desencadeou vários problemas como ansiedade. Fiquei mais de um ano mal.”*

A palavra “traição” e suas variáveis foram mencionadas 43 vezes. “Abusivo” foi mencionada 17 vezes. Redes sociais também foram mencionadas nos relatos, tendo o vocábulo “Facebook” mencionado 26 vezes, “WhatsApp” 20 vezes, “Instagram” 19 vezes e “Tinder” 13 vezes. Uma respondente fez um relato sobre dois términos de relacionamentos longos que viveu e que ocorreram através de *WhatsApp*:

Acho que tudo depende do tipo de relação que se tem com a pessoa. Já terminaram comigo 2 vezes e os dois foram relacionamentos longos (2 ou 3 anos). E as duas terminaram comigo POR *WHATSAPP*. Sinceramente. Meu primeiro término foi pesado, a pessoa foi babaca e sumimos do mapa uma da outra, era um relacionamento meio desesperado, meio estranho a parada. Depois eu comecei a namorar de novo e foi uma parada MUITO leve e MUITO de boa. Depois de 3 anos ela achou que seria melhor terminar pra ela poder se encontrar melhor na vida, tudo bem. Hoje em dia não somos AMIGAS AMIGAS, mas ela é do mesmo curso que eu na faculdade, nos falamos quando nos vemos, falamos mal de professores, uma parada bem suave.

Muitos passos dados nas redes sociais ficam visíveis ao público, como curtir uma foto ou publicação, seguir um perfil novo ou comentar numa página. Em relação a afirmativa “Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais”, 30% parece não se identificar completamente, enquanto 27% por outro lado se identificam totalmente. A média de identificação com a afirmativa foi igual a 4, demonstrando neutralidade em relação a identificação, uma vez que 44% demonstrou não se identificar com a afirmativa enquanto 48% identifica-se de certa maneira.

**Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais**

Escala	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	52	<b>30%</b>	213	<b>30%</b>	265	<b>30%</b>
2	17	<b>10%</b>	40	<b>6%</b>	57	<b>7%</b>
3	15	<b>9%</b>	44	<b>6%</b>	59	<b>7%</b>
4	19	<b>11%</b>	55	<b>8%</b>	74	<b>8%</b>
5	17	<b>10%</b>	71	<b>10%</b>	88	<b>10%</b>
6	21	<b>12%</b>	72	<b>10%</b>	93	<b>11%</b>
7	34	<b>19%</b>	204	<b>29%</b>	238	<b>27%</b>
Total Geral	175	<b>100%</b>	699	<b>100%</b>	874	<b>100%</b>
<b>MÉDIAS:</b>		<b>3,7</b>		<b>4,1</b>		<b>4,0</b>

Tabela 30 – Respostas e médias em relação a identificação com a afirmativa “Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais”.

Se os jovens se dividiram entre descobrir que parceiros estavam flertando nas redes sociais, será que o mesmo comportamento se repete em relação ao descobrimento de traições? Curiosamente, a maior parte dos homens da pesquisa diz não ter descoberto uma traição ou que a pessoa com quem se relacionava estava com outras pessoas ao mesmo tempo, com 71% das respostas na negação. 14% diz não querer inclusive saber se o(a) parceiro(a) estava em outra relação simultaneamente. Já 55% das respondentes mulheres também não descobriram, enquanto 45% já fez a descobertas: 24% percebeu algo estranho em redes sociais. 18% dos homens também declararam ter observado algo estranho nas redes.

**Você já descobriu que seu/sua parceiro(a) estava se relacionando com outras pessoas além de você?**

	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Não e prefiro não saber!	25	<b>14%</b>	66	<b>9%</b>	91	<b>10%</b>
Não, nunca descobri.	99	<b>57%</b>	319	<b>46%</b>	418	<b>48%</b>
Sim, flagrei a pessoa com outra.	8	<b>5%</b>	24	<b>3%</b>	32	<b>4%</b>
Sim, percebi algo estranho nas redes sociais.	31	<b>18%</b>	169	<b>24%</b>	200	<b>23%</b>
Sim, pessoas próximas me contaram.	12	<b>7%</b>	121	<b>17%</b>	133	<b>15%</b>
Total Geral	175	<b>100%</b>	699	<b>100%</b>	874	<b>100%</b>

Tabela 31 – Respostas para a pergunta “Você já descobriu que seu/sua parceiro(a) estava se relacionando com outras pessoas além de você?”.

Analisando sob a ótica das pessoas que sofreram de desilusão amorosa, muito tem a ver com as redes sociais. Das pessoas que perceberam algo estranho nas redes sociais, 63% se

identifica totalmente com a afirmativa sobre já ter sofrido uma desilusão amorosa que o(a) fez ter medo de me envolver romanticamente. Ou seja, a descoberta de traições através das redes sociais se mostrou um fator importante de desilusão amorosa. 86% das respostas estão no nível de identificação (5,6,7):

#### Descoberta de traição x Desilusão amorosa e medo de se envolver novamente

Escala	Não e prefiro não saber!		Não, nunca descobri.		Sim, flagrei a pessoa com outra.		Sim, percebi algo estranho nas redes sociais.		Sim, pessoas próximas me contaram.		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	10	11%	86	21%	4	13%	6	3%	7	5%	113	13%
2	7	8%	24	6%	0	0%	4	2%	4	3%	39	4%
3	5	5%	27	6%	0	0%	8	4%	6	5%	46	5%
4	6	7%	30	7%	1	3%	10	5%	7	5%	54	6%
5	11	12%	52	12%	3	9%	13	7%	11	8%	90	10%
6	13	14%	44	11%	9	28%	34	17%	13	10%	113	13%
7	39	43%	155	37%	15	47%	125	63%	85	64%	419	48%
Total Geral	91	100%	418	100%	32	100%	200	100%	133	100%	874	100%

Tabela 32 – Respostas para a pergunta “Você já descobriu que seu/sua parceiro(a) estava se relacionando com outras pessoas além de você?” x Desilusão amorosa e medo de se envolver novamente.

Há um costume de monitorar as redes sociais do(a) parceiro(a) para descobrir eventuais traições ou não? De acordo a pesquisa, não há um monitoramento dos perfis para descobertas de infidelidade, tendo um indicador bem baixo no grau de identificação com a frase “Tenho o costume de monitorar as redes sociais de algum(a) parceiro(a) para descobrir alguma traição”. Pode ser que tenha um tipo de monitoramento, mas não com essa finalidade. Apenas 26% dos jovens demonstraram algum grau de identificação.

**Tenho o costume de monitorar as redes sociais de algum(a) parceiro(a) para descobrir alguma traição**

Escala	Homem		Mulher		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	94	54%	304	43%	398	46%
2	19	11%	87	12%	106	12%
3	12	7%	64	9%	76	9%
4	19	11%	52	7%	71	8%
5	13	7%	67	10%	80	9%
6	9	5%	34	5%	43	5%
7	9	5%	91	13%	100	11%
<b>Total Geral</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>
<b>MÉDIAS:</b>		<b>2,4</b>		<b>2,9</b>		<b>2,8</b>

Tabela 33 – Respostas para a pergunta “Você já descobriu que seu/sua parceiro(a) estava se relacionando com outras pessoas além de você?”.

A internet e o uso das redes sociais podem facilitar o modo de rompimento de uma relação, como visto anteriormente. Agora, não é necessário ter um encontro presencial para sentenciar a finalização do relacionamento. Perguntados se alguma vez já terminaram a relação através da internet, a maioria dos jovens respondentes já passou por um rompimento *on-line* (65%; n=573). 25% já tiveram relacionamentos rompidos *on-line* por conta própria ou por outras pessoas, 21% responderam que outras pessoas já romperam, enquanto 19% falaram que romperam por conta própria, sem a decisão vir de outras pessoas. 34% dos respondentes afirmam nunca ter passado por um término *on-line* sem encontro presencial. Esse mesmo comportamento se repete tanto para as orientações sexuais quanto para os *status* de relacionamento.

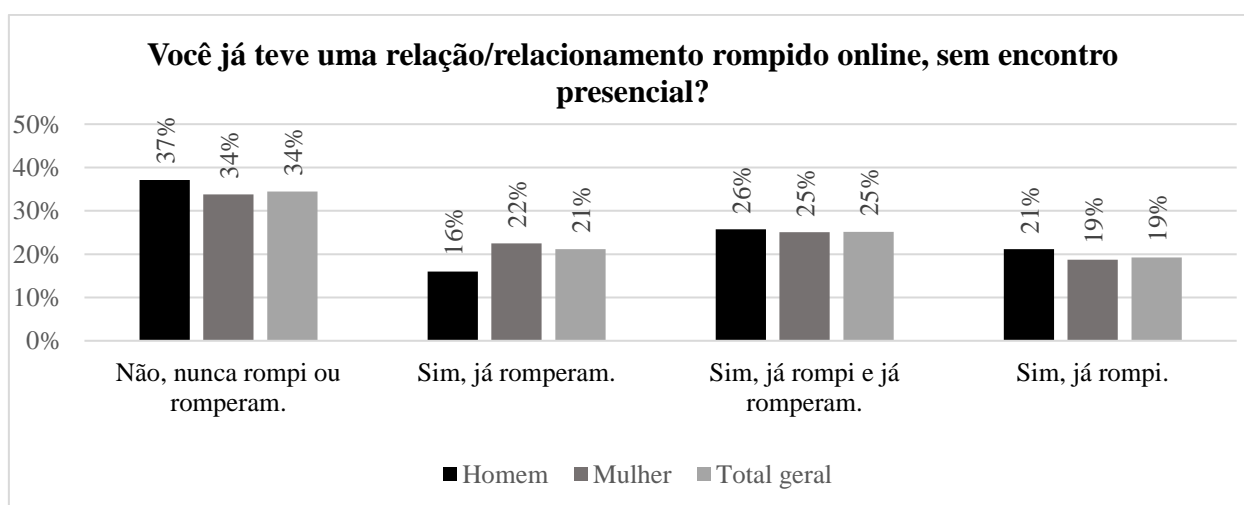


Gráfico 26 – Respostas à pergunta “Você já teve uma relação/relacionamento rompido *online*, sem encontro presencial?”

Após o término de uma relação, os jovens parecem ter ações e opiniões divididas a respeito. Com a maior taxa de resposta, 32% deixa de ter contato direto ou trocar mensagens (ou seja, interagir) com o(a) ex, mas continuam amigos nas redes sociais. Essa atitude pode significar que, mesmo não tendo nenhum contato com o(a) ex, é importante tê-lo(a) por perto nas redes, acompanhando o que andam fazendo. 24% diz ficar bem com o(a) ex e se manter conectado e interagindo nas redes sociais, sem intenção de retorno algum dia, estabelecendo assim uma amizade. Já 26% admite romper ligações inclusive nas redes sociais, “desfazendo amizade” e parando de seguir, demonstrando que quebrar o vínculo nas redes sociais é um passo importante para total término de uma relação. Também pode ser um método para o esquecimento ou amenização de sofrimentos.

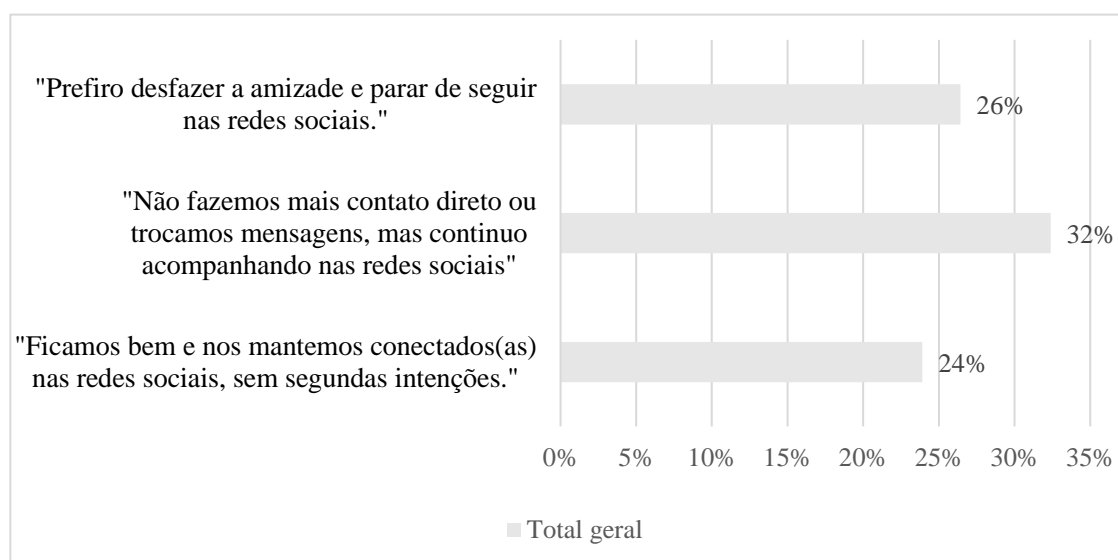


Gráfico 27 – Respostas com maior taxa de expressividade às atitudes tomadas após o término de uma relação ou relacionamento.

### 6.5.1 As redes sociais podem atrapalhar os relacionamentos?

Como forma de avaliar a influência negativa que as redes sociais podem exercer sobre as relações amorosas, respondentes classificaram seus graus de identificação com a frase “Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas”.

Para quem já está namorando, as redes sociais parecem não dificultar tanto o desenvolvimento das relações amorosas, com 53% das respostas no patamar da não identificação com a afirmativa.

Já para quem está solteiro(a), ficando ou pegando geral, os índices ficam divididos entre achar que as redes podem atrapalhar ou não: solteiros e pegadores dividem-se, com 40% não se identificando e os outros 40% se identificando. Dos ficantes, 45% não se identificam, tendo 39% com algum grau de identificação. Importante frisar que os índices mais votados foram o de não identificação total (20% no geral) e o de identificação total (18% no geral), comportamento que se repete em todos os *status* de relacionamento.

Pode-se concluir que muitos jovens acreditam que as redes sociais podem impactar negativamente no desenvolvimento das relações amorosas, assim como muitos jovens não acreditam que elas podem causar impactos negativos em suas relações. Deve ser pensado nos índices medianos de identificação (5,6) e não identificação (2,3), pois pode significar que estes jovens estão num processo de compreensão sobre como as redes impactam ou já impactaram suas relações amorosas.

#### Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas

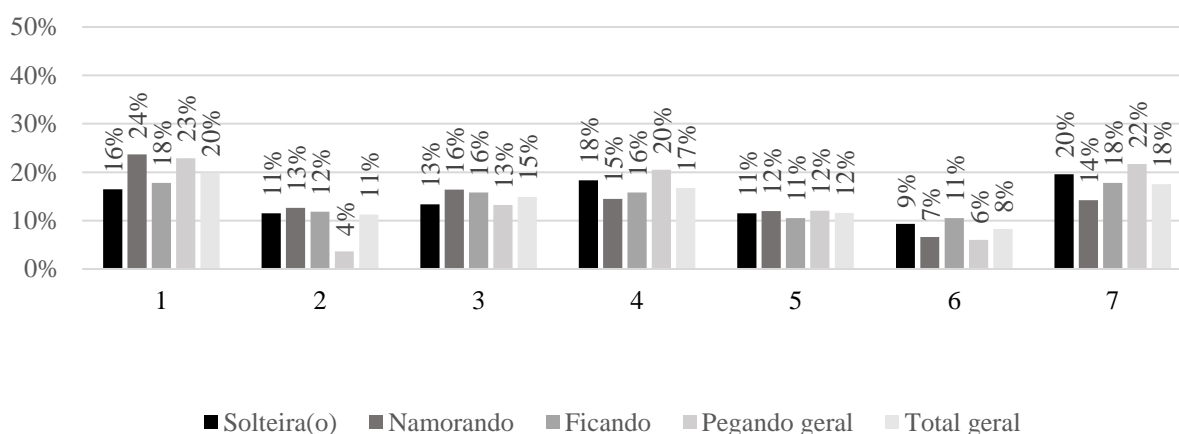


Gráfico 28 – Respostas à escala de concordância sobre “Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas” de acordo com o *status* de relacionamento.

Pode-se dizer, portanto, que há um comportamento de neutralidade ao pensar que as redes sociais podem ter um papel de vilã no desenvolvimento dos relacionamentos. Afinal, na internet é possível criar e nutrir laços, mas claro que também rompê-los. Com as redes sociais, tudo parece estar a um clique de distância.



### Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas

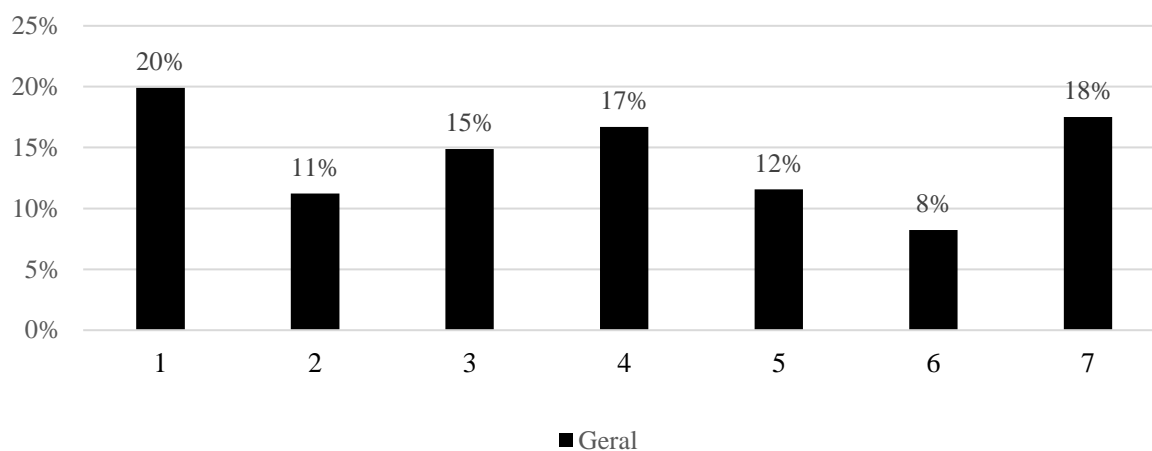


Gráfico 29 – Respostas e média à escala de concordância sobre “Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas”. Fonte: autora (2019)

Pode-se dizer que os flertes *on-line* atrapalharam relacionamentos, uma vez que 84% dos jovens que descobriram uma traição por conta de uma movimentação estranha nas redes sociais disseram ter se identificado de alguma forma com a afirmativa “Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais”, sendo que 57% se identificou totalmente com a afirmativa.

### Descoberta de traição x descoberta que o ficante estava flertando/ficando com outras pessoas através da rede social

Escala	Não e prefiro não saber!		Não, nunca descobri.		Sim, flagrei a pessoa com outra.		Sim, percebi algo estranho nas redes sociais.		Sim, pessoas próximas me contaram.		Total geral	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1	38	42%	192	46%	3	9%	9	5%	23	17%	113	13%
2	9	10%	31	7%	1	3%	5	3%	11	8%	39	4%
3	8	9%	30	7%	2	6%	6	3%	13	10%	46	5%
4	4	4%	39	9%	6	19%	12	6%	13	10%	54	6%
5	8	9%	30	7%	7	22%	30	15%	13	10%	90	10%
6	5	5%	37	9%	3	9%	25	13%	23	17%	113	13%
7	19	21%	59	14%	10	31%	113	57%	37	28%	419	48%
<b>Total Geral</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>	<b>874</b>	<b>100%</b>

Tabela 34 – Respostas para a pergunta “Você já descobriu que seu/sua parceiro(a) estava se relacionando com outras pessoas além de você?” x “Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi compreender como os jovens estão lidando com esses novos modelos de relacionamentos líquidos e efêmeros e quais são as suas relações com as redes sociais quando o assunto é relacionamento amoroso. Há um fator desencorajador para que os jovens não prossigam em relacionamentos mais estáveis? As redes sociais atrapalham os relacionamentos amorosos? Como ficam os sentimentos destes jovens a partir dos novos relacionamentos?

Para atingir tal objetivo, a aplicação do questionário *on-line* foi fundamental para colher informações e dados preciosos, sendo alguns inéditos na revisão literária, principalmente em relação às redes sociais e seus impactos na vida dos jovens.

A rede social *Instagram*, no geral, foi a mais citada pelos jovens e ganhou destaque em todos os campos de uso de redes sociais, inclusive na finalidade de “conhecer novas pessoas”, perdendo apenas na finalidade de “desenrolo”/marcação de encontros e estreitar laços de amizade. Tal fato corrobora Primo e colaboradores (2017), sobre a mudança das plataformas de acordo com os melhores recursos para cada finalidade e com o que foi chamado de “conversações fluidas”. Há uma considerável queda de popularidade da rede *Facebook* entre os jovens, rede bastante explorada por teóricos anteriores para falar sobre as relações amorosas entre os jovens e o impacto desta rede. Sugere-se maior exploração dos impactos do *Instagram* nos relacionamentos amorosos entre os jovens, de forma a confirmar se a rede *Instagram* é, de fato, o novo *Tinder*, como comentado por alguns respondentes, por conta das ações de flerte principalmente relacionadas aos *stories*.

Não deve ser descartado o uso dos aplicativos de relacionamento – que, conforme demonstrado, possuem mais popularidade entre os jovens homens – principalmente se há o uso dos recursos *premium* para o aprimoramento de seus perfis e aumento de destaque. Estudos futuros identificarão os comportamentos e motivações dos jovens em relação a compra/assinaturas feitas nestas aplicações.

O flerte *on-line* está presente na vida dos jovens, ocorrendo no campo das redes sociais e desempenhando um papel fundamental no “desenrolo”. As hipóteses de ações em redes sociais, como reação aos *stories* ou curtidas de fotos, foi comprovada através dos dados da pesquisa, corroborando com o apontamento de Van Ouytsel et al. (2016) sobre a relevância das redes na fase inicial do desenvolvimento amoroso. É cabido complementar que foi demonstrada a polissemia das ações nas redes, que devem estar num contexto específico, pois a interpretação da mensagem é subjetiva, corroborando com Santaella (2016 apud SILVA JUNIOR, 2018).

Importante pontuar que a rede *WhatsApp* foi a mais comentada no quesito “desenrolo” e, por isso, sugere-se um estudo a respeito das técnicas e significados específicos das ações possíveis de serem feitas nesta rede, como uso de figurinhas e *gifs*.

Os números em relação aos “contatinhos” impressionaram: independente do status de relacionamento, eles estão presentes e podem ser acionados a qualquer momento. Como Bauman (2004) descreveu as “relações de bolso”, parece fazer cada vez mais sentido e ilustrar a liquidez dos relacionamentos. Ter relações com mais de uma pessoa parece ter uma lógica com a presença dos “contatinhos”: aqueles que declararam estarem abertos as relações com outras pessoas além da qual já está ficando, possuem em sua maioria pelo menos 2 “contatinhos”. Portanto, conforme a hipótese sobre a liquidez dos relacionamentos entre os jovens, a categoria dos “contatinhos” ilustra uma forma de relacionamento instável e fluido, demonstrando que as redes sociais funcionam como dispositivos de utilização de pessoas nos momentos que mais convém.

A validação de estar num relacionamento sério parece seguir preceitos do amor romântico: há uma necessidade de seguir a tradição, para a maioria, do pedido oficial de namoro para ser considerada uma relação estável, corroborando com a hipótese apresentada neste trabalho. “Estar ficando frequentemente com alguém” não configurou um status de relacionamento sério, demonstrando que há uma divisão clara entre ficar, ainda que regularmente, e namorar. Apesar de ser um tipo de relacionamento fechado – muitas vezes monogâmico e rotulado –, por ser um acordo de ambas as partes que concordam em dividir suas vidas e experiências, o namoro possui características de relacionamento puro (GIDDENS, 1993), por poder ser rompido no momento necessário – quando não estiver sendo satisfatório para ambas as partes.

Foram encontrados alguns fatores desencorajadores para que os jovens não evoluam suas relações. Mais da metade da amostra demonstrou concordar que ficar exclusivamente com alguém “fecha portas”, ilustrando as ponderações sobre ganhos e prejuízos como os valores de investimento pontuados por Bauman (2004). Questões relacionadas às desilusões amorosas influenciam bastante nas decisões, principalmente quando levadas em conta traições sofridas anteriormente. Relembrando, há dados de descobertas de traição a partir das redes sociais (23% dos respondentes descobriram uma traição pelas redes e a palavra traição foi mencionada 43 no campo de desilusão), nos quais foram vistas relações entre o uso das redes sociais e desilusões amorosas (86% dos jovens atribuíram um grau de concordância sobre o medo de se envolver novamente, quando comparada a resposta de traição através das redes sociais).

O tempo de duração de um relacionamento fica muito claro ao analisar dados comparativos entre os “pegadores” e “namoradores”. Quem está “pegando geral” se identifica com relacionamentos curtos e efêmeros, ilustrando o “amor líquido”. Quem se declarou solteiro(a) sem nenhum tipo de envolvimento, também teve o mesmo comportamento de identificação com os relacionamentos mais breves. Resultados apontam também que, no geral, os jovens da faixa etária analisada já passaram pela experiência de um rompimento 100% on-line, sem encontro presencial, o que corrobora a facilidade do rompimento dos laços dessa era das conexões. Portanto, sugere-se explorar como o rompimento on-line afeta estes jovens, se resulta em experiência de maior ou menor sofrimento e angústia. Também foi verificado que, após o término, há uma parcela de jovens que se distancia completamente seus ex’s, não mantendo-os em suas redes sociais.

Ainda que os dados apontem que a vasta maioria dos jovens experiencia sentimentos negativos, como receio e medo, somente uma pequena parcela declara ter feito terapia ou utilizado medicação após uma decepção amorosa. Entretanto, quando destrinchados os dados, quase  $\frac{1}{4}$  das mulheres demonstrou identificação total com a necessidade de terapia/medicamento. Dessa forma, estudos futuros esclarecerão se a baixa procura por ajuda especializada advém da falta de autopercepção sobre os sentimentos vividos ou da descrença/preconceito na efetividade de tratamentos psicológicos, campos de maior conscientização feminina.

Em relação aos sentimentos dos jovens, foram encontradas ligações entre redes sociais e ciúmes, através de ações realizadas como mencionar pessoas em publicações. Há uma clara distinção entre paixão e apego: a paixão não se mostra tão presente quanto o apego. Além disso, foi comprovado que há sensações de incômodo em saber que a pessoa com quem se relaciona pode estar saindo com outras ao mesmo tempo, ainda que o relacionamento seja instável.

Por fim, por este estudo não ter feito um recorte racial, sugere-se que este seja feito em pesquisas posteriores. Além disso, pode ser interessante realizar estudos direcionados ao público LGBT, principalmente gays e lésbicas, pois a amostra presente neste trabalho não obteve números expressivos para conclusões específicas. Estudos futuros de natureza qualitativa serão importantes para a compreensão de novos fenômenos como *ghosting* e *orbiting*, que são relacionados à terminos de relacionamentos, e foram pouco explorados em pesquisas anteriores.

## REFERÊNCIAS (ABNT)

- AGUIAR, ADRIANA. *Instagram: saiba tudo sobre esta rede social!* **Rockcontent**. 12 de setembro de 2016. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/instagram/>> Acesso: 6 jun. 2019
- ANDRADE, A. L.; WACHELKE, J. F. R.; HOWAT-RODRIGUES, A. B. C. Relationship Satisfaction in Young Adults: Gender and Love Dimensions. **Interpersona: An International Journal on Personal Relationships**, v. 9, n. 1, p. 19–31, 2015.
- ARAÚJO, B. P. Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: Um estudo do. **IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, p. 1–13, 2012.
- BARBOSA, K. G. AMAR SE APRENDE AMANDO: O CINEMA DE HOLLYWOOD E AS REPRESENTAÇÕES AMOROSAS. **TRAVESSIAS**, ed 5v. 5, p. 1–28, 2008.
- BARROS, F. R. Curtir, comentar e compartilhar: as redes sociais e a sexualidade no cotidiano e formação da escola pública brasileira. **PPGMC - Teses e Dissertações**, 12 jun. 2017.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Amor líquido – Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004
- BLANDÓN, A.; LÓPEZ, L. Comprensiones sobre pareja en la actualidad: Jóvenes en busca de estabilidad. **Rev.latinoam.cienc.soc.niñez juv**, v. 14, n. 1, p. 505–517, 2016.
- BLOG PAR PERFEITO. **Histórias de sucesso**. 2019. Disponível em: <<http://blog.parperfeito.com.br/historias-de-sucesso/>>. Acesso: 8 jun. 2019
- BONAVITTA, P. **El amor en los tiempos de Tinder**. Cultura y representaciones sociales. México. v. 10, n. 19, p198. 2015.
- BORIN, BRUNO. Apps de paquera: confira 10 alternativas ao *Tinder*. **CanalTech**, Globo. s/d. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/apps-de-paquera-confira-10-alternativas-ao-tinder/>. Acesso: 8 jun. 2019
- CARLOS, P.; LAGO, M. C. D. S.; GROSSI, M. P. “SOU PARA CASAR” OU “PEGO, MAS NÃO ME APEGO”: UM ESTUDO SOBRE AMOR E JOVENS. **Fazendo Gênero 9: Diásporas, Diversidades, Deslocamentos**, 2010.
- CARLOS, P. P. “SOU PARA CASAR” OU “PEGO, MAS NÃO ME APEGO”? : **PRÁTICAS AFETIVAS E REPRESENTAÇÕES DE JOVENS SOBRE AMOR, SEXUALIDADE E CONJUGALIDADE**. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/95583>>

CLEMENT, J. Countries with the most *Instagram* users 2019. **Statista**. 25 abril 2019. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>>. Acesso: 6 jun. 2019

CLUBE DE MULHER. Como Posso Flertar pelo *WhatsApp*? (IMPERDÍVEL). **Clube de Mulher**, 2017. Disponível em: <<https://clubedemulher.com.br/como-possa-flertar-pelo-whatsapp-imperdivel/>>. Acesso: 8 jun. 2019

COOPER, A. Sexuality and the Internet: Surfing into the New Millennium. **CyberPsychology & Behavior**, v. 1, n. 2, p. 187–193, 29 jan. 1998.

COSSETTI, MELISSA CRUZ. Fim do Orkut: mesmo sob protestos, Google encerra rede social após 10 anos **Techtudo**, Globo. 30/09/2014 Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/09/fim-do-orkut-mesmo-sob-protestos-google-encerra-rede-social-apos-10-anos.html>>. Acesso: 26 mai. 19

COSTA, A. L. DA. **Contribuições para o estudo do ciúme excessivo**. Tese (mestrado) - Universidade de São Paulo, Faculdade de Medicina, São Paulo, p. 146, 2010.

D'ASSUNÇÃO BARROS, J. Os trovadores medievais e o amor cortês-reflexões historiográficas. **Revista de Estudos de Literatura**; Ano 1, v. 1, n. 1, p. 15, 2008. Disponível em <[http://www.miniweb.com.br/historia/artigos/i\\_media/pdf/barros.pdf](http://www.miniweb.com.br/historia/artigos/i_media/pdf/barros.pdf)>

DONNAMARIA, C. P. O amor caiu na rede: sobre a procura de parceiro e a evolução de vínculos amorosos na Internet. **Revista da SPAGESP - Sociedade de Psicoterapias Analíticas Grupais do Estado de São Paulo**, v. 10, n. 2, p. 56–61, 2009.

DOS SANTOS MENEZES DELA COLETA, A.; DELA COLETA, M. F.; GUIMARÃES, J. L. O amor pode ser virtual? o relacionamento amoroso pela internet. **Psicologia em Estudo**, v. 13, n. 2, p. 277–285, 2008.

EARP, B. D.; SAVULESCU, J. Love drugs: Why scientists should study the effects of pharmaceuticals on human romantic relationships. **Technology in Society**, fev. 2017.

ELPHINSTON, R. A.; NOLLER, P. Time to Face It! *Facebook* Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 14, n. 11, p. 631–635, 28 nov. 2011.

FACEBOOK. *Facebook*, 2019. Newsroom. Disponível em: <<https://br.newsroom.fb.com/company-info/>> Acesso: 05 jun. 2019

FACEBOOK. Postagem do perfil oficial do *Facebook*. 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/FacebookBrasil/photos/a.158800554147717/485911761436593/?type=3&theater>>. Acesso: 6 jun. 2019

FARINHA, RICARDO. “Já viu este episódio de “Black Mirror”? A Netflix criou mesmo a app”. 17/02/2018. Disponível em: <<https://nit.pt/cool/televisao/ja-viu-episodio-black-mirror-netflix-criou-mesmo-app>>. Acesso: 9 jun. 2019. A simulação está disponível em: <<https://coach.dating/>>

FELIPE ARAÚJO. **Esquema que fala né**. 2018. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/felipe-araujo/esquema-que-fala-ne/>>. Acesso: 15 jun. 2019

FREITAS, ISABELA. “AMOR, TEXTINHOS, CONSELHOS, E MUITO MAIS” <<https://isabelafreitas.com.br/about/>>. Acesso: 20 jun. 2019

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. 4<sup>o</sup>ed. São Paulo: Unesp, 1993

“História dos sites de relacionamento”. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/historiasobreositesdebusca/historia-dos-sites-de-relacionamento>> Acesso em: 12 Dec. 2017

GSHOW, GLOBO. “Tatá Werneck e Eduardo Sterblitch apresentam 'Shippados'; confira making of exclusivo” Rio de Janeiro. 07/06/2019. <<https://gshow.globo.com/series/shippados/noticia/tata-verneck-e-eduardo-sterblitch-apresentam-shippados-confira-making-of-exclusivo.ghtml>>. Acesso: 9 jun. 2019

HAACK, K. R.; FALCKE, D. Rel@cionamentos.com: Diferenciando os Relacionamentos Amorosos Mediados e não Mediados pela Internet. **Revista Colombiana de Psicologia**, v. 26, n. 1, p. 31–44, 2017.

HAIR JR., JOSEPH F.; WOLFINBARGER, MARY; ORTINAU, DAVID J.; BUSH, R. P. **Fundamentos de Pesquisa de Marketing**. 4. ed. [s.l: s.n.].

HAMANN, RENAN “Quais os melhores sites de encontro da internet (e como evitar furadas)?” Olhar Digital, NZN 06/05/2014 Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/selecao/54272-melhores-sites-encontro-internet-evitar-furadas.htm>>. Acesso em: 12 Dec. 2017

HOBBS, M.; OWEN, S.; GERBER, L. Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. **Journal of Sociology**, v. 53, n. 2, p. 271–284, 5 jun. 2017.

ISTOÉ, Terra. “Deu match na grana: grupo controlador do *Tinder* tem receita recorde” 07/02/2019 Disponível Em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/1076845-2/tinder/matchgroup/receita>>. Acesso: 8 jun. 2019

JARVIE, CATHERINE. Short and Sweet. The Guardian. 9 Mar 2002 Disponível em: <<https://www.theguardian.com/theguardian/2002/mar/09/weekend7.weekend2>> Acesso: 22 abr. 2019

KARANDASHEV, V. et al. Development of Attachment in Romantic Relationship of Young Adults with Different Love Styles. **Interpersona: An International Journal on Personal Relationships**, 2012.

Kepios. “DATAREPORTAL”. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>> Acesso: 26 mai. 2019

KURTZ, JOÃO. “Instagram permite escolher quem pode comentar nas suas fotos” **Techtudo, GLOBO**. 26/09/2017 Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/09/instagram-permite-escolher-quem-pode-comentar-nas-suas-fotos.ghtml>>. Acesso: 6 de jun. 2019

LACOMBE, GUSTAVO. “Pare de mandar ‘Oi, sumido’” Superela. 20/07/2018. Disponível em: <<https://superela.com/pare-de-mandar-oi-sumido>>. Acesso: 7 jun. 2019

MALT, S. Love Actually! Older Adults and their Romantic Internet Relationships. **Australian Journal of Emerging Technologies & Society**, v. Vol. 5, n. Issue 2, p. p84- 102. 19p, 2007.  
 MARQUES, JOSÉ ROBERTO. “Apego – é bom ou ruim?” Blog do JMR. 25 jun 2015.  
 Disponível em: < <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/apego-e-bom-ou-ruim/> >

MATCH GROUP, LLC. **Key facts: About Match.** Disponível em:  
 <<http://match.mediaroom.com/key-facts>> Acesso: 27 mai. 2019

MAY, S. **Amor, uma história.** 1º ed. ZAHAR, 2012

MC TH e DENNIS DJ. **Coração tá gelado.** Rio de Janeiro 2017. Disponível em:  
 <<https://www.vagalume.com.br/mc-th/coracao-ta-gelado.html>>. Acesso em: 22 abr. 2019

MEENAGH, J. Flirting, dating, and breaking up within new media environments. **Sex Education**, v. 15, n. 5, p. 458–471, 2015.

MESSEDER, S. A. “ Namorei Não , Peguei ”: o pegar como uma forma de relacionamento. In: **XIII Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais**, n. Xiii, p. 1–25, 2002.

MIOTO, GUSTAVO. **Anti-Amor.** São Paulo. 2017. Disponível em:  
 <<https://www.letras.mus.br/gustavo-mioto/anti-amor/>>. Acesso: 20 jun. 2019

MISKOLCI, R. Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas on-line. **Revista Estudo Feministas**, v. Vol.21(1), p. p.301(24), 2013.

MULLINAX, M. et al. Women’s Experiences With Feelings and Attractions for Someone Outside their Primary Relationship. **Journal of Sex and Marital Therapy**, v. 42, n. 5, p. 431–447, 2016.

NEGO DO BOREL; SANTANA, LUAN. **Contatinho.** 2017. Disponível em:  
 <<https://www.letras.mus.br/mc-nego-do-borel/contatinho/>>. Acesso: 12 jun. 2019

NORTHRUP, J.; SMITH, J. Effects of *Facebook* Maintenance Behaviors on Partners’ Experience of Love. **Contemporary Family Therapy**, v. 38, n. 2, p. 245–253, 2016.

OLTRAMARI, L. C. **AMOR E CONJUGALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE: UMA REVISÃO DE LITERATURA** *Psicologia em Estudo*. Maringá: á, v. 14, n. 4, p. 669-677, out./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v14n4/v14n4a07>>. Acesso em: 7 abr. 2019.

OROSZ, G. et al. Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared on *Facebook*. **Frontiers in Psychology**, v. 6, n. FEB, p. 1–7, 2015.

PETERSON, S. A; AYE, T.; WHEELER, P. Y. Internet Use and Romantic Relationships Among College Students. **North American Journal of Psychology**, v. 16, n. 1, 2014.

PIRES, FABIANA. “Por que o grupo Match tem tantos aplicativos de relacionamento?” The Brief, NZN. 31/08/2017 Disponível em: <<https://www.thebrief.com.br/mercado/119044-grupo-match-tem-tantos-aplicativos-relacionamento.htm>>. Acesso: 8 jun. 2019

PLASSE, MARCEL. “OSMOSIS: TRAILER DE NOVA SÉRIE FRANCESA SOBRE APLICATIVO DO AMOR LEMBRA BLACK MIRROR”. **Pipoca Moderna**. 01/03/2019



Disponível em: <<https://pipocamoderna.com.br/2019/03/osmosis-trailer-de-nova-serie-francesa-sobre-aplicativo-do-amor-lembra-black-mirror/>>. Acesso: 9 jun. 2019

POLIVANOV, B. Definição e historicização dos sites de redes sociais. In: **Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais: estudo com participantes de cenas de música eletrônica no Facebook**. 1ª edição ed. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014. p. 241.

PORNSAKULVANIC, VIKANDA. HARIDAKIS, PAUL. M.RUBIN, A. The influence of dispositions and Internet motivation on *online* communication satisfaction and relationship closeness. **Computers in Human Behavior**, v. 24, n. 5, p. 2292–2310, 1 set. 2008.

PRETTO, Z. et al. **UM OLHAR SOBRE O AMOR NO OCIDENTE Psicologia em Estudo**. Maringá: v. 14, n. 2, p. 395-403, abr./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v14n2/v14n2a20>>. Acesso em: 7 abr. 2019.

PRIMO, A. et al. Conversações fluidas na cibercultura. **Revista FAMECOS - Mídia, Cultura e Tecnologia**, v. 24, n. 1, p. 258–284, 2017.

PROJOTA e ANITTA. Cobertor. 2014. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/anitta/cobertor-part-projota.html>>. Acesso em: 30 jun. 2019

RECUERO, R. Redes sociais. In: **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 557.

RIBEIRO, GABRIEL FRANCISCO. "Tinder do Facebook", Dating está no Brasil; veja como usar e achar *crushes*". UOL NOTÍCIAS. 30/04/2019 Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/04/30/tinder-do-facebook-dating-chega-ao-brasil-veja-como-usar-e-achar-crushs.htm>>. Acesso: 04 jun. 2019

ROBARDS, B. & LINCOLN, S. Making It "Facebook Official": Reflecting on Romantic Relationships Through Sustained *Facebook* Use. **Social Media + Society**, 2016.

ROCHA, D.; COELHO, M. I. Manda Nudes: Os "*crushes*" gays nos aplicativos fast foda de relacionamentos. **Rebeh - Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, v. 1, n. 4, p. 5–17, 2018.

ROCHA, D.; COELHO, M. I. Manda Nudes: Os "*crushes*" gays nos aplicativos fast foda de relacionamentos. **Rebeh - Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, v. 1, n. 4, p. 5–17, 2018.

RUS, H. M.; TIEMENSMA, J. "It's complicated." A systematic review of associations between social network site use and romantic relationships **Computers in Human Behavior**, out. 2017. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563217303734>>. Acesso em: 10 out. 2017

SAMPAIO, F. DE S. Entre Cutucadas E Curtições: O Ciberespaço Como Fomento À Sexualidade Líquida. **Revista Eletrônica Inter- Legere**, v. 14, p. 1–36, 2014.

\_\_\_\_\_. As Performatividades De Paquera Masculina: Entre O *Facebook* E As Festas Eletrônicas Sobralenses. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Ciências Sociais. Dezembro, 2017.

SANTINO, RENATO. “Facebook Dating chega ao Brasil; conheça o 'Tinder' da rede social.” Olhar Digital, UOL. 30/04/2019. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/facebook-dating-chega-ao-brasil-conheca-o-tinder-da-rede-social/85300>>

SILVA JUNIOR, S. A. DA. **OS LIKES COMO EXPRESSÃO DA AFETIVIDADE EM REDE NO INSTAGRAM**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte. 2018.

SOLANGE ALMEIDA. Esquema, Rolo e Beijo. 2017 Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/solange-almeida/esquema-rolo-e-beijo-me-amar-direito.html> Acesso em: 20 jun 2019

SwipeLife, Match Group, LLC. Disponível em: <[https://swipelife.tinder.com/?utm\\_source=tinderweb](https://swipelife.tinder.com/?utm_source=tinderweb)>. Acesso: 8 jun. 2019

TAVARES, F. “VISUALIZADA E NÃO RESPONDIDA ” : sobre a mediação digital das relações amorosas e a emergência de patologias contemporâneas. **XXVI Encontro Anual da Compós**, p. 1–25, 2017.

\_\_\_\_\_. APRENDENDO A AMAR: considerações sobre os aspectos cognitivos dos afetos e das emoções. **XXIV COMPOS: BRASÍLIA/DF**, n. 2236–4285, p. 1–18, 2015.

TINDER. “O que é o Tinder?” Disponível em: <<https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004647686-O-que-%C3%A9-o-Tinder->>. Acesso: 8 jun. 2019

VAN OUYTSEL, J. et al. Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences. **Computers in Human Behavior**, v. 55, p. 76–86, 2016.

VIEIRA, NICKS. “Nicks Vieira - POXA CRUSH (Clipe Oficial)” 22 set. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DkeO78mGOt8>>. Acesso: 11 jun. 2019

\_\_\_\_\_. “Nicks Vieira- POXA CRUSH”. 20 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fy5cbFxoS2M>>. Acesso: 11 jun. 2019

WAKKA, WAGNER. “Instagram bate marca de 1 bilhão de usuários ativos” **Canaltech**. 20 de Junho de 2018. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-116344/>>. Acesso: 6 de jun. 2019.

WE ARE SOCIAL LTD. **Digital in 2019**. Disponível em: <<https://wearesocial.com/uk/digital-2019>>. Acesso: 26 mai. 2019

WEISSKIRCH, R. S.; DELEVI, R. “Sexting” and adult romantic attachment. **Computers in Human Behavior**, v. 27, n. 5, p. 1697–1701, 2011.

WHATSAPP. “FAQ *WhatsApp*”, s/d. Disponível em: <[https://faq.whatsapp.com/en/android/26000031/?lang=pt\\_br](https://faq.whatsapp.com/en/android/26000031/?lang=pt_br)>. Acesso: 6 jun. 2019

\_\_\_\_\_. About, s/d. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/about/>>. Acesso: 7 jun 2019

WHITTY, M. T. Cyber-Flirting: Playing at Love on the Internet. **Theory & Psychology**, v. 13, n. 3, p. 339–357, 19 jun. 2003.

‘Não se apega, não’ estreia no Globo Play e mostra como desapegar do que te faz infeliz. **Gshow**, 12/06/2017. Disponível em: < <https://gshow.globo.com/tv/noticia/nao-se-apega-nao-estrela-no-globoplay-e-mostra-como-desapegar-do-que-te-faz-infeliz.ghtml>>. Acesso: 20 jun. 2019

11 situações pra lá de nostálgicas que só quem teve fake no Orkut vai entender! Ame ou odeie: a época dos perfis falsos era demais!” **Guia Da Semana, Uol**. 2 Jun 2016. Disponível em: <<https://www.guiadasemana.com.br/comportamento/noticia/11-situacoes-pra-la-de-nostalgicas-que-so-quem-teve-fake-no-orkut-vai-entender>>. Acesso: 31 mai. 19

“Apego: a maior fonte de sofrimento” **A mente é maravilhosa**. 14 jan 2016. Disponível em: <<https://amenteemaravilhosa.com.br/apego-maior-fonte-sofrimento/>> Acesso: 20 jun. 2019

Significado de: contatinho. **Qual é a gíria**. 2019. Disponível em: <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/contatinho/>>. Acesso: 12 jun. 2019

Significado de: cremosa. **Qual é a gíria**. 2019. Disponível em: <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/cremosa/>>. Acesso: 11 jun. 2019

Significado de: *crush*. **Qual é a gíria**. 2019. Disponível em: <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/crush/>>. Acesso: 13 jun. 2019

Significado de: vc quer. **Qual é a gíria**. 2019. Disponível em: <<https://www.qualeagiria.com.br/giria/vc-quer/>>. Acesso: 13 jun. 2019

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO *ON-LINE*

### "Se quiser falar de amor", tá liberado!

Oi, sumid@, rs.

Me chamo Ana Luisa e tenho o grande desafio de estudar as "ressignificações" do amor nessa Era dos famosos contatinhos, do match e da pegação para o meu trabalho de conclusão do curso de Publicidade na Escola de Comunicação da UFRJ. Difícil, né?

Por isso, para todos @s pegador@s e/ou sofredor@s atuais ou passados, preparei essa pesquisa super legal para explorarmos como funcionam as relações amorosas entre os jovens de hoje. É rapidinho e você respondendo irá me ajudar muito! ❤️

O questionário é 100% anônimo, por isso, relaxe, se solte e siga o baile!

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

## "Se quiser falar de amor", tá liberado!

\*Obrigatório

### Sobre seus hábitos de consumo das redes sociais. :)

Quero entender um pouquinho sobre como você utiliza a internet!

Quantas horas por dia você utiliza suas redes sociais? \*

- Menos de 1 hora por dia
- De 1 a 2 horas por dia
- De 2 a 3 horas por dia
- Mais de 4 horas por dia

Qual é o tipo de aparelho que você mais utiliza para acessar suas redes sociais? \*

- Computador ou notebook
- Smartphones
- Tablets
- Smart TV
- Videogames



Você já flertou com alguém pelas redes sociais, sem ser através de aplicativos de relacionamento? \*

- Sim, já flertei e fui flertado(a).
- Sim, já flertei.
- Não, nunca flertei ou flertaram comigo.
- Não, mas já flertaram comigo.
- Não me recordo/sei responder.

O que você considera como um flerte nas redes sociais? \*

- Curtir/reagir a fotos antigas
- Curtidas/reações frequentes da mesma pessoa em fotos, vídeos ou publicações
- Adicionar/Seguir sem conhecer a pessoa
- Responder stories com frequência
- Comentar frequentemente nas fotos
- Não considero nenhuma das ações acima flertes
- Outro: \_\_\_\_\_

O que você acha do uso de redes como Instagram e Facebook para a paquera? Como você utiliza essas redes para esta finalidade?

Sua resposta

VOLTAR

PRÓXIMA

### "Desenrolando"...

De forma literal, seria "desfazer ou perder a forma de rolo". No mundo da pegação, é o ato de conversar com alguém que você queira ficar e arranjar o famoso esquema.

Qual é a sua rede social favorita para "desenrolar" alguém? \*

- Tinder/Happn/Badoo/outros
- Grindr/Hornet/Femme
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Snapchat
- LinkedIn
- WhatsApp
- Outros

Você costuma a ter contatinhos? Se sim, quantos? \*

Caso você esteja hoje num relacionamento estável, você pode responder baseando-se nas suas experiências passadas.

- Não costumo a ter contatinhos.
- 1
- 2 a 3
- Mais de 3
- Não sei o que são contatinhos.



Sobre as afirmações abaixo, assinale uma alternativa de acordo com seu grau de concordância:

Sempre me apaixono pela pessoa que estou ficando \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Minhas relações amorosas são de curto prazo \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Ficar exclusivamente com alguém fecha "portas" para outros relacionamentos \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Me incomoda saber que a pessoa que estou saindo pode estar conhecendo outras pessoas ao mesmo tempo \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Tenho facilidade em me apegar afetivamente às pessoas com que saio frequentemente \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Fique a vontade se quiser contar mais sobre suas técnicas de desenrolo nas redes sociais!

Caso prefira pular esta pergunta, pode seguir com o questionário. :)

Sua resposta:

VOLTAR

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

### O famoso "status de relacionamento" e seus sentimentos

Assinale a frase com que você mais se identifica. :)

Para você, qual frase melhor define sobre estar solteiro? \*

- "Não pego ninguém e estou sozinho."
- "Não fico com ninguém fixo, mas dependendo do rolê dou uns beijos!"
- "Posso estar ficando frequentemente com alguém, mas não estamos namorando."
- "Costumo ficar com mais de uma pessoa ao mesmo tempo, mas não namoro ninguém".
- "Não fico com ninguém fixo: passo o rodo e pego geral!"

E qual frase melhor define se você está ou não em um relacionamento sério? \*

- Após ser pedido/a oficialmente em namoro
- Publicar o status de relacionamento nas redes sociais
- Apresentar a pessoa para a família
- Levar a pessoa aos encontros com os amigos
- Passar o Carnaval acompanhado/a da pessoa
- Passar o Dia dos Namorados acompanhado/a (fazer programas juntos/troca de presentes)



Sinto ciúmes ao ver que a pessoa que estou me relacionando está frequentemente confirmando presença em eventos sem me convidar \*

1 2 3 4 5 6 7

Não me identifico totalmente        Me identifico totalmente

Você poderia descrever pra mim algum caso marcante em que sentiu ciúmes de alguém por conta das redes sociais? Abra seu coração pra mim!

Essa pergunta também é opcional. Se não quiser responder ou caso não sinta ciúmes com frequência, pode seguir em frente!

Sua resposta

VOLTAR

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.



---

Descobri que meu/minha ficante estava ficando/flertando com outra pessoa através de redes sociais \*

1 2 3 4 5 6 7

Não me identifico totalmente

Me identifico totalmente

Já sofri uma desilusão amorosa que me fez ter receio de oficializar um relacionamento \*

1 2 3 4 5 6 7

Não me identifico totalmente

Me identifico totalmente

Precisei fazer algum tipo de terapia/medicação após uma decepção amorosa \*

1 2 3 4 5 6 7

Nunca aconteceu comigo

Já aconteceu comigo

Tenho o costume de monitorar as redes sociais de algum(a) parceiro(a) para descobrir alguma traição \*

1 2 3 4 5 6 7

Nunca aconteceu comigo

Já aconteceu comigo

Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente

Concordo totalmente

Acredito que as redes sociais têm dificultado o desenvolvimento das relações amorosas \*

1 2 3 4 5 6 7

Discordo totalmente        Concordo totalmente

Quando há o término de uma relação... \*

Escolha o complemento que você mais se identifica.

- "Prefiro desfazer a amizade e parar de seguir nas redes sociais."
- "Deixo a pessoa de step. Ora, nunca sabemos o dia de amanhã. Um contatinho é um contatinho!"
- "Ficamos bem e nos mantemos conectados(as) nas redes sociais, sem segundas intenções."
- "Não fazemos mais contato direto ou trocamos mensagens, mas continuo acompanhando nas redes sociais"
- "Acabo sumindo 100% do mapa, sem nenhuma justificativa prévia."
- "Acompanho tudo que está rolando nas suas redes sociais para saber o que anda fazendo, sem fazer amizade ou seguir nas redes."

Poderia me contar um pouco sobre suas decepções amorosas?

Teve alguma mais marcante que poderia compartilhar comigo?

Sei que essa pergunta pode ser sensível, então fique à vontade caso queira pular, viu?

Sua resposta

VOLTAR

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

**Última parte, eu juro! Me conta mais de você!**

Qual é o seu status de relacionamento atual? \*

- Casada(o) (relacionamento monogâmico)
- Namorando (monogâmico)
- Casada(o) (poliamor)
- Namorando (poliamor)
- Relacionamento aberto
- Solteira(o), sem envolvimento com alguém(ns)
- Ficando / conhecendo alguém
- Pegando geral
- Outro: \_\_\_\_\_

Qual é sua idade? \*

- De 15 a 19 anos
- De 20 a 24 anos
- De 25 a 29 anos
- De 30 a 34 anos
- De 35 a 39 anos
- 40 anos ou mais



Como você se identifica quanto à sua identidade de gênero? \*

- Mulher cisgênero (que se identifica com o gênero atribuído no nascimento)
- Mulher transexual
- Homem cisgênero (que se identifica com o gênero atribuído no nascimento)
- Homem transexual
- Travesti/crossdresser
- Identidade não-binária
- Prefiro não responder
- Não sei responder

Qual é a sua orientação sexual? \*

- Heterossexual feminino
- Heterossexual masculino
- Homossexual feminino / Lésbica
- Homossexual masculino / Gay
- Bissexual
- Assexual
- Pansexual
- Prefiro não responder
- Não sei responder

Em qual faixa situa-se a sua renda familiar mensal, ou seja, a soma dos rendimentos de todas as pessoas de sua família que moram com você em sua casa (pais, filhos e cônjuges)? \*

- Até R\$998,00
- De R\$999,00 a R\$1.996,00
- De R\$1.997,00 a R\$2.994,00
- De R\$2.995,00 a R\$4.990,00
- De R\$4.991,00 a R\$6.986,00
- De R\$6.987,00 a R\$9.980,00
- De R\$9.981,00 a R\$14.970,00
- De R\$14.971,00 a R\$19.960,00
- Mais de R\$19.961,00
- Não respondeu / Recusou

Qual é o seu grau de escolaridade? \*

- Ensino fundamental completo
- Ensino fundamental incompleto
- Médio incompleto
- Médio completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós-graduação / Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

Qual é a sua religião? \*

- Acredito em Deus, independente de religião
- Acredito em um ser superior, sem ligação a religião nenhuma
- Adventista
- Agnóstico (não nego nem afirmo a existência de Deus)
- Ateu
- Budista
- Candomblecista
- Católica
- Cristianismo
- Espírita
- Espiritualista Cristã
- Evangélica Pentecostal / Neo Pentecostal (Assembleia de Deus / Igreja Universal / Nova Vida, etc)
- Hinduísmo
- Judaísmo
- Kardecista
- Wicca/Druidismo
- Protestante (Luterana / Anglicana / Metodista / Presbiteriana / Batista)
- Sou adepto / frequento mais de uma religião
- Umbandista
- Nenhuma
- Outra religião

Em qual Estado você mora? \*

- Acre (AC)
- Alagoas (AL)
- Amapá (AP)
- Amazonas (AM)
- Bahia (BA)
- Ceará (CE)
- Distrito Federal (DF)
- Espírito Santo (ES)
- Goiás (GO)
- Maranhão (MA)
- Mato Grosso (MT)
- Mato Grosso do Sul (MS)
- Minas Gerais (MG)
- Pará (PA)
- Paraíba (PB)
- Paraná (PR)
- Pernambuco (PE)
- Piauí (PI)
- Rio de Janeiro (RJ)

- Rio de Janeiro (RJ)
- Rio Grande do Norte (RN)
- Rio Grande do Sul (RS)
- Rondônia (RO)
- Roraima (RR)
- Santa Catarina (SC)
- São Paulo (SP)
- Sergipe (SE)
- Tocantins (TO)

[VOLTAR](#)[PRÓXIMA](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

### Opa! Como você é carioca, gostaria de saber:

De onde você é? \*

- Rio de Janeiro
- Niterói
- São Gonçalo
- Baixada Fluminense
- Região dos Lagos
- Interior do RJ

[VOLTAR](#)[PRÓXIMA](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

## "Se quiser falar de amor", tá liberado!

Obrigada por responder tudo! ❤️

Sua participação foi muito importante para mim. Não deixe de compartilhar com os seus amigos, crushes, ficantes ou contatinhos.

Se você tem curiosidade em saber quais serão os resultados da pesquisa, você pode deixar seu e-mail por aqui! Lembrando que não serão divulgados e estarão em sigilo!

E se quiser fazer algum comentário ou dar um feedback, fique a vontade! Adoraria ouvir você!



Deixe aqui seu e-mail!

Sua resposta

Utilize esse campo caso tenha algum comentário ou feedback sobre a pesquisa.

Sua resposta

VOLTAR

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.