



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

**DISTANTES, MAS JUNTOS NO VIRTUAL:
TINDER E NOVAS NARRATIVAS DURANTE O
ISOLAMENTO SOCIAL**

MARIANA MADEIRA POLICARPO

Rio de Janeiro

2021



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

**DISTANTES, MAS JUNTOS NO VIRTUAL:
TINDER E NOVAS NARRATIVAS DURANTE O
ISOLAMENTO SOCIAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

MARIANA MADEIRA POLICARPO

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Cristiane Henriques Costa

Rio de Janeiro

2021

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

MM181d Madeira Policarpo, Mariana.
 Distantes, mas juntos no virtual: Tinder e
 novas narrativas durante o isolamento social /
 Mariana Madeira Policarpo. -- Rio de Janeiro,
 2021. 78 f.

 Orientadora: Cristiane Henriques Costa.
 Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
 Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola
 da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:
 Jornalismo, 2021.

 1. Tinder. 2. pandemia. 3. isolamento
 social. 4. redes sociais. I. Henriques Costa,
 Cristiane , orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Distantes, mas juntos no virtual: Tinder e novas narrativas durante o isolamento social**, elaborada por Mariana Madeira Policarpo.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 27/07/2021

Comissão Examinadora:

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Cristiane Henriques Costa
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens – DEL

Prof. Dr. Márcio Tavares d’Amaral
Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro
Departamento de Comunicação - Escola de Comunicação – UFRJ

Prof(a). Dr(a). Beatriz Jaguaribe
Doutora em Literatura Comparada - Stanford University
Departamento de Comunicação - Escola de Comunicação -UFRJ

Rio de Janeiro

2021

Dedico este trabalho à:

Deus e Universo

Família

Amigos

Sem esse tripé não seria fácil, na verdade, não seria possível

Obrigada a quem acreditou em mim e na minha verdade

Mariana

Dizem que amor próprio é tudo, e é mesmo. É um ato tão poderoso, que mudou e continua a mudar a forma com que enxergo o mundo; quem seria eu se eu não me amasse tão profundamente a ponto de me conhecer a cada dia? E, a cada dia, me conhecendo, sei que vou deixando de ser um pouco de mim e me transformando em uma nova Mariana.

À Mariana que abandonou suas verdades, se perdeu e caiu, mas soube se encontrar; Levanta, vence e vive.

AGRADECIMENTOS

Família, com suas contradições e diferenças, fazem parte do que sou hoje e me apoiam na minha busca pelos meus sonhos. Eu amo vocês.

À minha mãe e minha avó Nete, que nunca abaixaram a cabeça, resistiram e venceram. Sem vocês e a inspiração que me trouxeram eu não seria a segunda mulher na nossa família a se formar.

Aos meus avós, tios e amigos que já se foram, mas continuam impactando a forma com que eu enxergo o mundo e encaro as situações.

Aos meus professores do fundamental, técnico à educação superior que me deixaram ser Eu e nunca desistiram do meu jeitinho único de ser.

Aos meus amigos, que ouviram meus “preciso terminar meu tcc” a cada rolê que eu dava e não escrevia o tcc. E aos que não são mais meus amigos também, a vida é feita de ciclos.

Aos trabalhos que consegui aqui na Europa, dos quais ou fui demitida (*thanks, universe, you know everything*) ou que me demiti para alcançar um objetivo maior: terminar meu tcc.

Aos meus contatinhos e *crushes* do Tinder e da vida fora da internet, vocês não sabem (agora sabem), mas foram essenciais nessa pesquisa.

Obrigada, amo vocês e é sobre isso!

Dory - Quando a vida te decepciona, qual é a solução? Continue a nadar! Continue a nadar!

Continue a nadar, nadar, nadar! Para achar a solução, nadar, nadar!

NEMO, 2003

POLICARPO, Mariana Madeira. **Distantes, mas juntos no virtual: *Tinder* e novas narrativas durante o isolamento social**. Orientador(a): Cristiane Henriques Costa. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2019.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o crescimento do número de usuários jovens de 20 a 26 anos no aplicativo de relacionamento Tinder durante o isolamento social estabelecido pela pandemia do Coronavírus. Por meio de pesquisas qualitativas e quantitativas, busca-se explorar novas maneiras de se relacionar mediadas pelos dispositivos móveis. Será que continuamos sozinhos, mesmo conectados pelas redes sociais?

Palavras-chave: Tinder; pandemia; isolamento social ; redes sociais.

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Disponibilidades dos recursos de acordo com cada modalidade do Tinder..... | 30 |
|--|----|

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 2 CONTATINHOS: RELAÇÕES, LAÇOS E CONEXÕES MEDIADAS PELA TECNOLOGIA..... | 14 |
| 2.1 Aplicativos de relacionamento e métricas durante a pandemia | 20 |
| 2.2. Mudança na lógica dos encontros físicos..... | 31 |
| 3 UMA INVESTIGAÇÃO DO TINDER COMO FERRAMENTA NOVAS INTERAÇÕES SOCIAIS | 34 |
| 3.1 Ressignificando os contatinhos: diário de quarentena dos solteiros..... | 35 |
| 3.2 Pesquisa quantitativa..... | 44 |
| 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 55 |
| 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 58 |
| 6 ANEXO..... | 63 |

1 INTRODUÇÃO

Dia 31 de dezembro de 2019, dia em que o escritório da Organização Mundial da Saúde na China foi avisado que uma doença viral parecida com pneumonia estava preocupando os médicos de Wuhan, província de Hubei. Com sua origem ainda desconhecida, os investigadores suspeitavam que a transmissão do vírus foi dada a partir de um mercado que vendia animais silvestres na província chinesa. A pneumonia misteriosa, posteriormente foi chamada de covid-19 e logo se descobriu que sua transmissão era de pessoa para pessoa. Em março de 2020 o vírus do SARS-CoV-2 (conhecido também como coronavírus) começou a se espalhar no mundo e rapidamente se transformou em uma pandemia. O relatório diário da Organização Mundial da Saúde do dia 18 de março de 2020 verificou um pico de 191.127 mil casos confirmados e 7.807 mil mortes no mundo.

Para deter a transmissão do vírus em larga escala, países adotaram o *lockdown*, sistema de contenção em que pessoas não puderam sair de casa sem motivos pertinentes, trabalhos se tornaram teletrabalhos, crianças deixaram de ir às escolas e o direito de ir e vir se tornou restrito à tarefas essenciais (ir ao mercado, hospitais e urgências). O mundo ficou em isolamento de uma hora para a outra.

Segundo dados da universidade americana Johns Hopkins, desde o início da pandemia até julho de 2021, o coronavírus afetou mais de 180 milhões de pessoas em todo o mundo e causou aproximadamente 3.900.000 mortes.

Eu fazia intercâmbio em Coimbra, Portugal, quando o governo português decretou o primeiro *lockdown* como medida imediata a fim de conter o vírus no país. As aulas na Universidade de Coimbra passaram para o regime online, bares, restaurantes e pontos turísticos da cidade fecharam e muitos intercambistas voltaram para seus países de origem.

O que antes seria um intercâmbio cultural e acadêmico se tornou uma lição de sobrevivência em um país estrangeiro. Privada da vida social, longe da família e dos amigos conquistados durante o intercâmbio, recorri ainda mais às redes sociais para manter contato com os que estavam distantes (a 7500 km de Portugal - Brasil ou a um prédio de distância). Foi quando decidi que o Tinder poderia se tornar minha distração durante a pandemia e os dias e meses dentro de casa.

Antes mesmo de chegar em Portugal, decidi baixar o Tinder para conhecer novas

pessoas em um lugar desconhecido: essa foi a motivação para fazer novamente o *download* da plataforma - uma vez em 2014 baixei o Tinder e, surpreendentemente, até namorei um rapaz que conheci na plataforma.

Em um primeiro momento, durante dois meses de intercâmbio (fevereiro a março), o Tinder serviu para mim como plataforma de encontros - onde era possível conhecer pessoas, trocar poucas palavras e marcar encontros presenciais.

Mas logo depois, com a eclosão da pandemia e com o *lockdown*, se transformou em uma plataforma de encontros virtuais - foram muitas as ações para promoção de encontros, que serão abordados ao longo desta pesquisa.

Diferentemente de outras pandemias do século XX, as tecnologias neste momento foram as protagonistas, graças a sua evolução ao longo da última década. O *lockdown* mostrou o poder da internet e acelerou a transformação digital. Atividades antes resistentes à adoção da tecnologia se viram obrigadas a estarem 100% em ambientes virtuais.

Assim, decidi pesquisar de que forma a internet foi uma grande aliada na manutenção das conexões humanas apoiadas pelas redes sociais. Sabendo disso, decidi concentrar minha pesquisa apenas em plataformas de encontro.

A hipótese era a de que, com a impossibilidade dos encontros presenciais, conversas se tornaram mais longas e ficamos abertos a conhecer mais a fundo as pessoas. No período pandêmico, novas formas de encontros e conexões foram criadas por meio do Tinder. Pensei em como poderia estudar essa mudança de comportamento testemunhada por mim e por outras pessoas na plataforma durante a pandemia. E foi assim que meu interesse por pesquisar o Tinder começou.

Durante aproximadamente um ano conversei com pessoas para saber opiniões sobre o novo momento e sobre relacionamentos em aplicativos durante a quarentena; li notícias sobre o Tinder durante a pandemia; pesquisei livros sobre relacionamentos e relações mediadas pelos computadores, Tinder e plataformas de encontros. Além disso, busquei dados que saíam ao longo dos meses sobre o Tinder durante o *lockdown*, a pandemia e os relacionamentos durante o período.

No total, foram duas semanas de pré-produção das questões na pesquisa quantitativa e, antes de ir ao ar, o questionário passou pela aprovação da orientação e de alguns usuários da plataforma.

O período da pesquisa quantitativa foi de um mês, entre 15 de março a 15 de abril de 2021. Enquanto o da pesquisa qualitativa começou no segundo semestre de 2020, antes mesmo de 2021. Para apoiar a construção dos resultados, fizemos o uso de outras pesquisas sobre o aplicativo durante a pandemia, assim como de relatórios da própria plataforma, do site Business of App e de entrevistas oficiais dos donos e funcionários do aplicativo.

Como referencial teórico principal, a pesquisa aborda teorias de Bauman (2004) sobre relações amorosas e a liquidez na pós-modernidade; Sherry Turkle (2011), que trouxe uma reflexão: será que estamos sozinhos mesmo conectados pelas tecnologias?; Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997) que falam sobre redes sociais, e os laços formados e sustentados pelo *online*; e de Piérre Lévy (1999) sobre a formação de comunidades virtuais.

No primeiro capítulo vamos situar o leitor sobre a lógica que opera nos encontros mediados pelas tecnologias. Como os encontros presenciais se estabeleciam e qual foi o agente precursor para que as relações pudessem começar e terminar dentro das redes sociais? Como são formadas as comunidades virtuais, as quais possibilitam que conexões por meio de sites, aplicativos, redes sociais aconteçam? Os laços formados no ciberespaço são considerados fortes ou fracos? O que os aplicativos e sites fazem para que nossas conexões sejam mais ou menos fortes dentro deles? São muitas as questões que essa pesquisa se propõe a abordar, como forma de elucidar ou apenas discutir novas perspectivas no campo da comunicação social em redes e tecnologias.

Por fim, vamos aos resultados da pesquisa de campo e quantitativa que darão enlace às questões abordadas durante o trabalho. Por meio de perguntas abrangentes e específicas vamos buscar saber, por exemplo, quantas pessoas preferem o Tinder a outros apps e a perspectiva dos entrevistados sobre suas vivências in-app no lockdown. Este trabalho quer deixar uma reflexão sobre qual é o futuro de aplicativos de relacionamento pós-pandemia. Será que ainda continuamos sozinhos, mesmo conectados?

2 CONTATINHOS: RELAÇÕES, LAÇOS E CONEXÕES MEDIADAS PELA TECNOLOGIA

Antes, é necessário apresentar um panorama anterior ao cenário pandêmico, quando relacionamentos amorosos cultivados na internet e os famosos termos “contatinhos”, *crushes*, “Oi, sumido” e “Shippar” já faziam parte do vocabulário dos jovens em grupos de Facebook e WhatsApp e até mesmo no Instagram. Vamos abordar aqui esse novo dicionário amoroso.

Aqui abordaremos as principais questões que abrangem o campo das conexões no tempo dos “contatinhos” e as reflexões que os teóricos escolhidos trazem para colaborar com a pesquisa. Com um embasamento teórico adequado, aqui estamos interessados em postular as principais questões do trabalho, para que nos próximos capítulos seja possível analisarmos os resultados das pesquisas.

Não se sabe ao certo o ano exato que o termo “contatinho” surgiu, mas o site TechTudo identificou a década de 2010 sendo a principal no processo de surgimento da palavra. Nela, houve uma rápida transformação no campo amoroso, fazendo com que surgissem novas visões e “se relacionar” virou campo para a criação de novos significados e nomes. O termo “contatinhos” surgiu dessa transformação, eles estão, como o nome supõe, na lista de contatos no telefone das pessoas. Muitas vezes surgem de maneira aleatória na vida das pessoas e, em pouco tempo, adicionamos em nossos contatos telefônicos e nas redes sociais. São tão aleatórios que não são nem parentes próximos, amigos, ou nem *crushes*, mas um dia podem se tornar (ou não).

A palavra ficou conhecida pelos brasileiros em 2016 quando, em um funk, o MC TH cantou “várias danadinho no contatinho do pai”. Depois de seu sucesso, os cantores Nego do Borel e Luan Santana, em 2019, gravaram “Contatinho”. Na música eles cantam que, após o sumiço de um amor (ou um *crush*) já sabem o que fazer: quando ela sumir do mapa, não vão mais chorar, vão ligar pro contatinho. Também em 2019 Anitta e Léo Santana lançaram uma música com o mesmo nome, nela dizem que suas agendas estão cheias de “contatinhos” e usam a dinâmica de como os nomes são dispostos em agendas telefônicas: de A a Z.

Já os *crushes* (quando são vários) ou o *crush* (quando a pessoa tem apenas um), são pessoas que você já teve algum tipo de contato e esse contato se tornou uma relação com

um sentimento amoroso envolvido. Pode ser traduzido como uma “queda” que um indivíduo tem por outro. O site TechTudo (2019) define como uma pessoa que é alvo frequente de *stalkeadas*¹, ou seja, frequentes visitas ao perfil da pessoa desejada: “o *crush* é a pessoa por quem você sente atração, tem interesse romântico ou está apaixonado. O termo também pode ser usado para se referir a alguém que é admirado”.

Sendo assim, um “contatinho” é um contato passageiro, com menos chances de dar certo, afinal, é pressuposto que não existam sentimentos envolvidos na relação. Em contrapartida, em uma relação que um indivíduo tenha um *crush* em uma pessoa existe um sentimento envolvido, de ambas as partes ou apenas de um dos lados. Um *crush* é um contatinho que evoluiu a nível de sentimento diante os outros contatinhos. Ambos podem ser encontrados virtualmente ou presencialmente, a única regra é quanto à manutenção do contato. Para ser considerado “contatinho”, a pessoa precisa cultivar esta relação por meio digitais.

Na era da conectividade, aplicativos como Facebook, Instagram, WhatsApp e Tinder são populares quando o interesse é criar laços e conhecer pessoas. Nela, indivíduos são chamados de usuários e as relações cultivadas dentro deles podem ser identificadas como sendo “comunidades virtuais”. Piérre Lévy (1999, p.133) expõe o conceito dizendo que para serem consideradas virtuais, comunidades devem ser construídas sobre “afinidades de interesses, de conhecimentos sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais”. Ou seja, as relações não dependem da distância nem de um conhecimento prévio presencial das pessoas envolvidas. Durante o desenvolvimento das “comunidades virtuais” novos modelos do “se relacionar” foram surgindo, bem como relações antes estabelecidas presencialmente passaram para o mundo virtual. Esses novos modelos foram guiando o desenvolvimento das relações através das redes sociais.

Segundo Laura Garton, Caroline Haythornthwaite e Barry Wellman (1997) em “Estudando Redes Sociais Online”, uma rede social pode ser explicada como sendo uma rede que conecta pessoas. Assim, em seu pensamento, uma conexão nas redes sociais é mediada por um computador, ou seja, ela é mediada por um conjunto de máquinas

¹ Palavra vinda do verbo “stalkear” que, segundo o Dicionário Popular, “costuma ser usado para se referir ao ato de ‘espionar’ ou ‘perseguir’ as atividades de determinada pessoa nas redes sociais. <https://www.dicionariopopular.com/stalkear/> Acesso em: 1 jun. 2021.

conectadas por cabos. Da mesma forma, uma rede social é um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relações sociais como amizades, trabalho conjunto, ou intercâmbio de informações. Ou seja, são relações que, em computadores e smartphones, conectam pessoas com interesses em comum.

Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997) explicam as relações em redes sociais em um contexto de CMC (comunicação mediada por computador) dizendo que, no contexto da mediação por telas, os indivíduos trocam informações - mensagens pessoais, sociais, laborais, em diferentes formatos - por exemplo, enviar mensagens de texto, áudio e vídeos. Porém, ainda assim, os relacionamentos mediados por computadores estão, assim como na vida fora das telas, sujeitos a reivindicações e cobranças sobre aspectos humanos e indissociáveis do indivíduo, mesmo que mascarados por telas.

No entanto, embora ambos compartilhem amizade, o relacionamento pode ser desequilibrado: um ator pode reivindicar uma amizade íntima e o outro uma amizade mais fraca, ou a comunicação pode ser iniciada com mais frequência por um ator do que pelo outro. Assim, embora o relacionamento seja compartilhado, sua expressão pode ser assimétrica.² (GARTON; HAYTHORNTHWAITE; WELLMAN, 1997, tradução nossa)

Alex Primo (2007) em “O aspecto relacional das interações na Web 2.0.” diz que, para entendermos o surgimento da conexão em redes sociais, é preciso olhar além das simples conexões de terminais, as ditas conexões individuais e pessoais. Segundo ele, a análise requer atenção para evitar uma visão polarizada da comunicação, que opõe emissão e recepção e foca-se em apenas uma dessas instâncias. Para o autor, devemos considerar também a interação entre pessoas e os aparatos tecnológicos.

Como um estudo sobre as interações no ciberespaço não pode levar em conta apenas os participantes humanos, considerar-se-á também os aparatos tecnológicos como interagentes. Esta proposta de estudo quer abarcar tanto as interações entre pessoas, quanto entre um sujeito e um mecanismo digital, ainda que este último tipo de interação não seja, a rigor, social. (PRIMO, 2007, p. 6)

Assim, o autor considera que as conexões feitas em redes sociais são definidas

² No original: “Alternately, actors may share an undirected friendship relationship, i.e., they both maintain the relationship and there is no specific direction to it. However, while they both share friendship, the relationship may be unbalanced: one actor may claim a close friendship and the other a weaker friendship, or communication may be initiated more frequently by one actor than the other. Thus, while the relationship is shared, its expression may be asymmetrical.”

como sendo laços formados através de interações sociais entre os atores conectados por mecanismos digitais. Por outro lado, outros autores como Sherry Turkle (2011) e Bauman (2004) criticam a forma com que as redes sociais são pensadas para controlar a intensidade das nossas interações. Turkle (2011) diz que as conexões online foram pensadas inicialmente como forma de substituir o contato cara a cara, quando por algum motivo, ele é impraticável. Mas rapidamente trocar mensagens acabou sendo, segundo ela, conexão de escolha.

Descobrimos que a rede - o mundo da conectividade - é exclusivamente adequada para a vida sobrecarregada e, sobrecarregada, ela torna possível. E agora olhamos para a rede para nos defender da solidão, mesmo quando a usamos para controlar a intensidade de nossas conexões. A tecnologia facilita a comunicação quando desejamos e o desligamento à vontade.³ (TURKLE, 2011, p. 34, tradução nossa)

A autora diz ainda que, concebida para ajudar os humanos a tornar as atividades do dia a dia mais rápidas e fáceis, a tecnologia nos torna ainda mais ocupados que antes, estamos cada vez mais á procura de um retiro:

Gradualmente, passamos a ver nossa vida online como a própria vida. Passamos a ver o que os robôs oferecem como relacionamento. A simplificação do relacionamento não é mais motivo de reclamação. Torna-se o que queremos. Essas parecem as nuvens que se acumulam em uma tempestade perfeita. A tecnologia remodela a paisagem de nossas vidas emocionais, mas está nos oferecendo a vida que queremos levar? Muitos roboticistas estão entusiasmados em ter robôs cuidando de nossos filhos e de nossos pais idosos, por exemplo. ⁴ (TURKLE, 2011, p.38, tradução nossa)

Um dos entrevistados por Turkle (2011) em seu livro foi o Brady, jovem de 18 anos que, cansado da vida social na internet, decidiu passar suas férias longe do Facebook e de outras redes sociais. O jovem diz à Turkle (2011) que não conseguia achar uma maneira de ser “um pouco” no Facebook. Para ele, o Facebook exigia muito mais que apenas o

³ No original: We discovered the network—the world of connectivity—to be uniquely suited to the overworked and overscheduled life it makes possible. And now we look to the network to defend us against loneliness even as we use it to control the intensity of our connections. Technology makes it easy to communicate when we wish and to disengage at will.

⁴ No original: “Overwhelmed by the volume and velocity of our lives, we turn to technology to help us find time. But technology makes us busier than ever and ever more in search of retreat. Gradually, we come to see our online life as life itself. We come to see what robots offer as relationship. The simplification of relationship is no longer a source of complaint. It becomes what we want. These seem the gathering clouds of a perfect storm. Technology reshapes the landscape of our emotional lives, but is it offering us the lives we want to lead? Many roboticists are enthusiastic about having robots tend to our children and our aging parents, for instance.

mínimo, e se fizesse o mínimo (entrar na rede por pouco tempo, responder algumas mensagens e ir embora). Brad, em Turkle (2011) diz:

Quando você tem que se representar no Facebook para convencer alguém que não te conhece sobre quem você é, parece estar lidando com um tipo de obsessão sobre seus detalhes a cada minuto. É como “Ah, se eu gosto da banda State Radio e da banda Spoon, o que gostaria de dizer se eu colocar State Radio em primeiro ou Spoon em primeiro na minha lista de artistas preferidos? O que as pessoas vão pensar de mim?”. Eu sei que para garotas seria como “Ah, será que essa foto tá mostrando muito para eu postar? É muito puritana se eu não postar?”. Você tem que pensar com cuidado.⁵ (TURKLE, 2011, p. 232, tradução nossa)

O jovem diz em Turkle (2011) sobre as amarras que as redes sociais têm para te deixar viciado e disposto a postar e pensar no que postar a cada minuto:

Você tem que pensar com cuidado por um bom motivo, dada a quantidade de pessoas que vai olhar para o seu perfil e ficar obcecada com ele. Você tem que saber disso tudo o que você colocar será lido com muito cuidado. E isso faz com que seja necessário para você ficar obcecado com o que você faz e como você retrate-se E quando você tem que pensar tanto sobre o que você parece, essa é apenas outra maneira que ... você está pensando você mesmo de uma maneira ruim⁶. (TURKLE, 2007, p. 232, tradução nossa)

Sobre a construção de um perfil e de si nas redes sociais, Turkle (2011) diz que:

Em um perfil, não há espaço para erros. Você é reduzido a uma série de escolhas certas e erradas. “A vida online”, diz ele, “é sobre premeditação”. Brad resume seu descontentamento com uma palavra antiquada: a vida online inibe a “autenticidade”. Ele quer experimentar as pessoas diretamente. Quando ele lê o que alguém diz sobre si mesmo no Facebook, ele sente que é um público para sua performance de cool.⁷ (TURKLE, 2011, p.341, tradução nossa)

Sobre os compromissos criados nas redes sociais, Bauman (2004) compara relações virtuais com “parcerias”, “parentescos” e “relações”. Para o autor, essas relações ressaltam o engajamento mútuo ao mesmo tempo que excluem ou omitem a falta de compromisso. De

⁵ No original: When you have to represent yourself on Facebook to convey to anyone who doesn't know you what and who you are, it leads to a kind of obsession about minute details about yourself. Like, “Oh, if I like the band State Radio and the band Spoon, what does it mean if I put State Radio first or Spoon first on my list of favorite musical artists? What will people think about me?” I know for girls, trying to figure out, “Oh, is this picture too revealing to put? Is it prudish if I don't put it?”

⁶ No original: You have to think carefully for good reason, given how much people will look at your profile and obsess over it. You have to know that everything you put up will be perused very carefully. And that makes it necessary for you to obsess over what you do put up and how you portray yourself.... And when you have to think that much about what you come across as, that's just another way that ... you're thinking of yourself in a bad way.

⁷ No original: In a profile, there is no room for error. You are reduced to a series of right and wrong choices. “Online life,” he says, “is about premeditation.” Brad sums up his discontents with an old-fashioned word: online life inhibits “authenticity.” He wants to experience people directly. When he reads what someone says about themselves on Facebook, he feels that he is an audience to their performance of cool.

um lado, “uma ‘rede’ serve de matriz para conectar, de outro, para desconectar; não é possível imaginá-las sem as duas possibilidades. Na rede, elas são escolhas igualmente legítimas, gozam do mesmo status e têm importância idêntica.” (BAUMAN, 2004, p. 9). Portanto, segundo o autor, a palavra “rede” faz lembrar momentos nos quais estamos em contato, e nelas, as conexões podem ser cortadas ou estabelecidas por pura escolha. Bauman (2004, p.9) faz uma comparação entre os “relacionamentos reais” e os “relacionamentos virtuais”, separando e definindo os dois:

A hipótese de um relacionamento indesejável, mas impossível de romper é o que torna “relacionar-se” a coisa mais traiçoeira que se possa imaginar. Mas uma “conexão indesejável” é um paradoxo. As conexões podem ser rompidas, e o são, muito antes que se comece a detestá-las.

Bauman (2004, p.9) completa seu pensamento sobre relações virtuais e a facilidade de romper as conexões criadas na vida moderna:

Elas são “relações virtuais”. 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”. Diferentemente dos “relacionamentos reais” é fácil entrar e sair dos “relacionamentos virtuais”. Em comparação com a “coisa autêntica”, pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, compreender e manusear. (BAUMAN, 2004, p.9)

Laura Garton, Caroline Haythornthwaite e Barry Wellman (1997), em “Estudando Redes Sociais Online”, observam ainda que, as redes sociais na internet suportam tanto laços fracos quanto fortes, apesar de parecer suportarem apenas os primeiros. Para os autores, pessoas que compartilham laços fortes são mais propensas a se utilizarem de recursos disponíveis nas plataformas. Enquanto que, as que compartilham laços fracos, costumam permanecer na superficialidade de cada plataforma.

É assim que entram em cena os artifícios de cada rede social. Para Raquel Recuero (2009) em seu livro “A Conversação Como Apropriação Na Comunicação Mediada Pelo Computador”, recursos como os nicknames, fotografias, linguagem etc. são artifícios que podem ajudar na construção de um Outro, refletindo então os atores que nelas publicam e/ou mantêm.

Assim acontece quando, ao criar seu perfil no Tinder, o indivíduo é logo induzido a

escolher criar um perfil do zero ou um já existente em outra rede social, como quando exporta dados do Facebook. De acordo com o próprio site e através da pesquisa de campo nota-se que o Tinder disponibiliza a opção de login pelo Facebook aos utilizadores para criarem e iniciarem sessão na plataforma. “Isto evita que tenha de se lembrar de mais um nome de utilizador e palavra-passe e permite-lhe partilhar conosco algumas informações da sua conta numa rede social” (TINDER, 2018?).

Ao ter seu perfil completo por *nickname*, idade, ao menos uma foto, e sua localização, a pessoa já está pronta para começar a utilizar o aplicativo, porém levando em consideração o abordado por Recuero (2009) e outros autores, é importante que, para que os laços se tornem fortes, os usuários utilizem mais artifícios na hora do *match* e da conquista. Sepúlveda e Vieira (2019, p. 3) vão além: “Cada serviço de online dating é caracterizado por um conjunto de *affordances*, os quais, do ponto de vista da mediação e pela influência, podem ser condicionantes dos resultados”. Para os autores, os indivíduos sofrem não só influência das ações dos algoritmos, mas também dos chamados *affordances* (GIBSON, 1979).

As *affordances* podem ser descritas como a percepção individual e subjetiva, porém, baseada em características materiais objetivas que o utilizador tem sobre determinado objeto e o reconhecimento da sua usabilidade. Como tal, o resultado da interpretação das *affordances* de um mesmo objeto pode levar a formas de uso distintas por diferentes utilizadores. (GIBSON, 1979 apud SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2019, p. 3-4)

Somos assim, condicionados a clicar ou não em um perfil, dar ou não dar *match*, começar ou não uma conversa. Tudo vai depender dos artifícios criados pela plataforma e adicionados pelas pessoas que a utilizam.

No próximo subcapítulo vamos introduzir nosso objeto de estudos para que entendam o que cada plataforma disponibiliza como *affordances* para as conexões e *matches* acontecerem. Vamos ainda apresentar as principais métricas sobre esses aplicativos e, principalmente, sobre o Tinder, durante a pandemia.

2.1. Aplicativos de relacionamento e métricas durante a pandemia

O Tinder é uma empresa norte-americana que faz parte do *Match Group*, mesma companhia dona de aplicativos de relacionamento como o OkCupid, ParPerfeito, OurTime.

Fundada em 2012 no *Hatch Labs*⁸ por um grupo de amigos da Universidade do Sul da Califórnia, a plataforma tem como fundadores Sean Rad (ex-chefe executivo e presidente) e Justin Mateen (ex-diretor de marketing) e os co-fundadores: Whitney Wolfe, Chris Gulczynski, Joe Munoz e Jonathan Badeen. O aplicativo foi ao ar em 2012 depois de ser testado em uma série de universidades nos EUA.

Hoje liderado pelo chefe-executivo Jim Lanzone, o Tinder é baseado na tecnologia de geolocalização GPS (*global position system*), que permite que os usuários criem conexões a partir de perfis próximos. A lógica de funcionamento é simples: se o usuário gostar de um perfil, basta que deslize o dedo para a direita - *swipe right*, ou para a esquerda - *swipe left*, para os perfis que não gostar. Quando dois usuários gostam um do outro, o aplicativo indica por meio de um pop-up que aconteceu um *match* e, a partir disso, a conversa é permitida.

Em entrevista para a BBC (2020) O ex-presidente-executivo do Tinder, Elie Seidman revelou algumas informações sobre o começo da pandemia e do *lockdown* no mundo e além de seus efeitos na plataforma. Por um lado, o envolvimento do usuário está aumentando, por outro, o número de pagantes dos recursos *gold* diminuiu.

Segundo o site, o Tinder bateu recorde de *swipes* em todo o mundo no domingo, 29 de março de 2020. No Reino Unido a taxa de conversas diárias aumentou 12% entre fevereiro e março. “Houve uma ‘mudança dramática’ nas métricas de comportamento, que normalmente são estáveis”, disse Seidman para a BBC.

Apesar do resultado positivo em números de *swipes* e usuários ativos, a plataforma também registrou perdas. Com o impacto do *lockdown* na vida financeira das pessoas, o Tinder, um aplicativo gratuito que lucra com assinaturas dos recursos pagos, registrou uma perda no número de pagantes e novos pagantes na plataforma. Seidman relata para a BBC sua preocupação: “Os números do desemprego [nos EUA] são difíceis de ver [...] Estou muito preocupado com o que acontece economicamente para nossa sociedade e o impacto que isso terá em muitos de nossos membros”⁹ (SEIDMAN, 2020, tradução nossa).

De acordo com a BBC, o Tinder foi baixado mais de 340 milhões de vezes desde seu lançamento, em 2012. Porém, a maior parte do lucro do *app* vem de 6 milhões de

⁸ Incubadora de startups administrada pela InterActiveCorp (ex-empresa controladora do Match Group).

⁹ No original: “I’m very concerned about what happens economically for our society and the impact it will have on so many of our members.

assinantes dos recursos premium. A taxa de captação desses usuários pagantes diminuiu em 2020 com o início do bloqueio. O ex-presidente do app também diz que os dados do Tinder revelaram que a taxa de novas inscrições de assinantes premium começa a subir em lugares que o *lockdown* começa a diminuir. “Você pode literalmente ver o retorno em uma base de estado por estado [nos EUA], conforme as coisas saem e começam a se soltar, conforme o pico da crise começa a passar”¹⁰ (SEIDMAN, 2020, tradução nossa), disse o ex-chefe-executivo do Tinder Elie Seidman para a agência BBC.

Ainda segundo o site, outras plataformas que oferecem inscrição gratuita também notaram mudanças significativas em suas taxas durante o *lockdown*. Charly Lester, especialista em namoro da plataforma The Inner Circle comentou: “Vimos um aumento na atividade [...] as correspondências aumentaram 15% e o número de mensagens enviadas 10%, mas também notamos menos disposição para pagar”¹¹ (LESTER, 2020, tradução nossa).

Pioneiro entre os aplicativos de encontros hoje em dia, o Tinder serviu de referência para alguns de seus concorrentes como o Bumble, Grindr e Happn, que se utilizaram de seu modelo de geolocalização para criarem novos conceitos dentro da indústria dos aplicativos de encontros.

O Bumble é um *app* que tem as mulheres e o empoderamento feminino como um dos seus focos principais. Whitney Wolfe, ex- co-fundadora e presidente de marketing do Tinder, fundou o app rival pensando nos abusos online que sofreu em uma época que brigava judicialmente contra um dos fundadores do Tinder, Justin Mateen. Segundo o jornal *Público* (2021), a empresária acusou seu ex-namorado e colega de trabalho de assédio sexual e discriminação sexual. Segundo o jornal português, depois de abandonar seu cargo, Whitney começou uma busca por novos cargos. Foi quando percebeu uma oportunidade vinda dos comentários abusivos e *haters* que recebia *online*. Em uma entrevista concedida ao jornal britânico *The Guardian* (2017), a fundadora do Bumble (2017) disse: “Me peguei pensando no que foi dito na Internet, e como os comentários gratuitos nestas plataformas,

¹⁰ No original: “You can literally see the comeback on a state by state basis [in the US], as things come out and start to loosen up, as the peak crisis starts to pass.”

¹¹ No original: “We’ve seen a surge in activity,” says Charly Lester, dating expert for The Inner Circle platform. “Matches have risen by 15% and the number of messages sent is up by 10%, but we’ve also noticed less willingness to pay.”

que são construídas para permitir que as pessoas se expressem, podem ter implicações negativas”¹². Assim, a agora multimilionária viu como solução imediata criar o Bumble, uma rede social voltada para mulheres, com o objetivo de apoiar umas às outras.

Experimentamos a ferramenta rival do Tinder por um período de dois meses (entre fevereiro a março) em 2021 como parte da pesquisa de campo, para entender como os concorrentes estão inovando no período da pandemia. Dentro do Bumble, num *match* envolvendo um par heterossexual, quem tem o poder de começar a conversa é a mulher. O *match* fica disponível por 24 horas, nesse período o homem fica à espera da primeira mensagem da mulher para que o *chat* desbloqueie.

Outra funcionalidade que precisa de destaque é a de que o *app* não fica restrito ao namoro online, podendo o usuário escolher o tipo de conexão que deseja criar através da plataforma. Nela, existem três possibilidades: relacionamento amoroso, amizade ou *networking*. Dentro do aplicativo, o usuário escolhe entre as três abas qual melhor preenche seu desejo no momento, podendo mudar ao longo do tempo com o *app* baixado.

¹² No original: “It got me thinking about what was broken on the internet, and how free commentary on these platforms, that are built to allow people to express themselves, can have a negative implication.”

Figura 1. Interface do aplicativo Bumble indicando o momento de escolha da modalidade



Fonte: Bumble (2021).

No Bumble há a possibilidade de adicionar uma descrição maior e mais detalhada com os recursos personalizáveis da plataforma. O *app* funciona como o jogo de perguntas e respostas na hora do usuário descrever a si mesmo para que os outros vejam dentro da plataforma. Assim, a plataforma inova ao disponibilizar recursos incomuns aos seus concorrentes, onde o usuário é incentivado a adicionar descrições maiores sobre seus *hobbies*, gostos e seu estilo de vida.

Para Recuero (2012) esses espaços são cuidadosamente montados para serem “espaços pessoalizados”, dando impressões específicas e construídas para audiência. Recuero diz que que esta montagem personalizada e específica no ciberespaço é uma “reinscrição de elementos característicos dos indivíduos no ciberespaço”.

Perfil 1 no Bumble: Usuário 1 - O Exigente

“Sobre mim”: Ambicioso e dedicado! Adoro fazer artesanato e aprender coisas novas! Os esportes sempre foram um hobby, especialmente o rúgbi e as artes marciais. Na esperança de encontrar uma mulher inteligente e obstinada que goste do lado doce e azedo da vida por um relacionamento sério, mas muito divertido,

de longo prazo! (tradução nossa)

“Meus detalhes”: 180cm; Mestrado/Doutorado; Academia (representado por um símbolo de supino): sempre; Bebe (representado por uma taça de vinho): socialmente. Fuma (símbolo de um cigarro): nunca; Filhos (símbolo de uma mamadeira): quero ter um dia; Religião (símbolo de fê): Agnosticismo.

“Meus Interesses”: Arte, Artes Marciais, Shows, Autocrítica, Gosto por Aventura.

“O que faz um relacionamento ser legal é...”: Comunicação (tradução nossa)

“Se você rir disso, vamos nos dar bem...”: “Um cigarro é uma pitada de tabaco enrolada em um pedaço de papel com fogo em uma ponta e um tolo na outra” (tradução nossa)

“Eu espero que você...”: Está em dia com sua terapia (tradução nossa)

Figura 2. Interface principal do perfil criado para a pesquisa no Bumble



Fonte: Bumble (2021).

Outro aplicativo que merece destaque é o Grindr, pioneiro entre os aplicativos de encontro baseados na localidade e na orientação sexual, idealizado em 2009 para o público

caracterizado como LGBTQI+. O Grindr usa a mesma lógica de geolocalização que os aplicativos concorrentes já citados. Seu diferencial está no público e na maneira que os perfis são dispostos na interface do app: em um mosaico, o usuário pode visualizar até 200 perfis (na versão gratuita), usar filtros para ver apenas perfis com fotos, escolher as características que quer ver nos perfis que aparecerão no mosaico.

Figura 3. Interface em forma de mosaico no Grindr



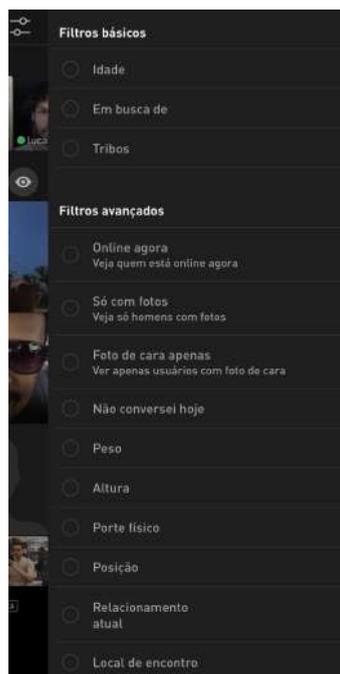
Fonte: Grindr (2021).

O Grindr disponibiliza filtros básicos (para versão gratuita) e filtros avançados (para versões pagas). Entre os básicos está a possibilidade de escolha de idade; em busca de - onde o usuário escolhe entre conversa, namoro, amigos, contatos, relacionamento e agora; e tribos - o usuário escolhe entre os filtros: urso, elegante, papai, discreto, nerd, barbie, couro, malhadinho, soropositivo, cafuçu, trans, garotos e sóbrio.

As tribos são grupos da comunidade LGBTQI+ formados a partir de características físicas, étnicas e emocionais. Os “Ursos”, são pessoas que têm muitos pêlos pelo corpo; os “Malhadinhos”, são os que apresentam um físico com músculos definidos e gostam de ir

para a academia; já os "Cafuços" são homens brutos, rústicos e sem frescura. Interessante reparar que o app inclui os "soropositivos" como sendo parte de uma tribo, além disso os usuários podem informar o status de HIV e a data do último exame.

Figura 4. Filtros disponíveis no Grindr



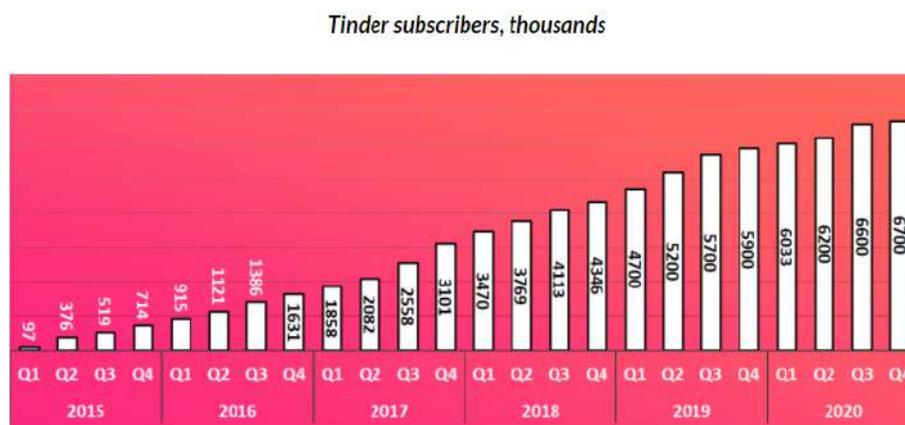
Fonte: Grindr (2021)

Segundo seu criador, Joel Simkhai (2012) a palavra Grindr significa moedor e, inspirado no objeto, ele relaciona a relação dos sujeitos com o mercado dos desejos definindo que, cada pessoa pode moer e se deixar moer neste mercado do jeito que quiser, fazendo analogia aos grãos de café. Segundo Simkhai (2012), cada indivíduo pode fazer sua própria mistura de com os grãos de café que quiser, trazendo para o mundo dos desejos, Joel explica que as pessoas podem se tornar moedoras de afetos, de amor e sexo.

Apesar do sucesso desses *apps*, segundo a pesquisa do SimilarWeb, em março de 2020, o Tinder ficou em quarto lugar na busca por aplicativos da categoria estilo de vida na Google Play. O *Match Group* disponibilizou os resultados do 4º trimestre de 2020, neles estima-se que 66 milhões de pessoas usam o Tinder. São mais 16 milhões de usuários

ativos, se comparado com 2018, ano que estimou-se¹³ que 50 milhões de pessoas usavam o app, essas espalhadas por 190 países.

Figura 5 – Número de inscritos anualmente no Tinder segundo o Match Group



Fonte: Match Group (2020)

Na Figura 5 é possível notar que ao longo dos anos o app segue uma lógica de aumento constante de sua base de subscrições.

Segundo o site do Match Group (2020), 60% dos relacionamentos começados com a ajuda de *dating sites* são com a ajuda de seus produtos. O Tinder é o *app* de relacionamento mais baixado e com maior bilheteria em todo o mundo. A diferença entre os dois está no motor de busca e no aparelho que será direcionado: os *dating sites* são exclusivos de um ambiente onde precisamos buscar por um endereço na internet, como o Google Chrome, Safari, Internet Explorer, Mozilla Firefox. Nos *apps*, direcionados para smartphones e tablets, apenas buscamos pelo nome nas lojas de aplicativos como a App Store, no IOS (sistema operacional da Apple), e o Play Store no Android (sistema operacional presente em diversos aparelhos telemóveis).

Apesar de ter *download* gratuito, o *app* conta com diversos recursos pagos como forma de monetização. O Tinder introduziu em 2015 seus primeiros recursos pagos como o Tinder Plus (em 2015) e o Tinder Gold (em 2017).

¹³ Embora sem pesquisa concreta, segundo a agência de notícias da BBC, foram aproximadamente 57 milhões de usuários em 2018.

O Tinder Plus permite que os usuários deem *likes*¹⁴ ilimitados, 5 Super Likes (com o recurso do Super Like, o usuário mostra seu interesse para sua potencial correspondência. Dando um “Super Like”, seu perfil será automaticamente destacado com uma moldura e uma estrela de cor azul-clara por dia.

Um Boost, segundo o site do Tinder, é um recurso que permite que o usuário tenha seu perfil no topo da lista dos *cards*, em destaque na sua área em 30 minutos. Assim, o recurso Boost aumenta em 10x as chances de visualização do perfil.

Quem assinar o recurso Plus pode utilizar o Tinder Passaporte (recurso o qual deve-se um maior destaque ao longo desta pesquisa). E além disso, escolher por retirar os anúncios que aparecem durante a utilização do app.

No Tinder Gold, por sua vez, o usuário tem uma importante vantagem na hora de obter seus *matches*. Ele tem a possibilidade de visualizar quem deu like em si antes mesmo de efetuar a ação. Ou seja, o usuário tem disponível uma aba para visualizar todas as pessoas que gostaram de seu perfil, antes mesmo de dar like. Além disso, ele pode visualizar com destaque as melhores possíveis correspondências para seu perfil, com o recurso Top Picks¹⁵; tem 5 Super Likes por dia, um Boost por mês e, sem publicidades, pode usufruir do recurso Passaporte.

O Tinder Platinum oferece todos os recursos disponíveis no Plus e Gold e traz outras funções que ajudam na hora de obter mais correspondências. Com ele as pessoas podem: dar likes prioritários¹⁶ e enviar mensagens antes mesmo de dar *match*.

A fim de entendermos melhor os recursos pagos disponíveis na plataforma, ver Quadro 1 abaixo:

¹⁴ *Swipe right*, gostar de outro perfil.

¹⁵ Segundo a plataforma, o Top Picks é uma funcionalidade para os assinantes do Tinder Gold e Platinum, projetada para destacar as correspondências com mais potencial para os usuários. “Enquanto todos os utilizadores recebem uma Top Pick grátis por dia, aos subscritores do Tinder Gold e Platinum serão apresentados diariamente os respetivos conjuntos de Top Picks”. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt/articles/360005039092>. Acesso em 8 maio 2021.

¹⁶ Recurso permite que, ao dar like, o usuário ganhe destaque e seus likes apareçam rapidamente para os outros perfis. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/en-us/articles/360046802931-Priority-Likes>. Acesso em 8 maio 2021.

Quadro 1 - Disponibilidades dos recursos de acordo com cada modalidade do Tinder

| Funcionalidade | Tinder Free | Tinder Plus | Tinder Gold | Tinder Platinum |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| 1 Super Like por dia | disponível | disponível | disponível | disponível |
| Curtidas ilimitadas | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| Toque em voltar quantas vezes quiser | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| 5 Super Likes por dia | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| 1 Boost gratuito por mês | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| Passaporte para qualquer lugar | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| Ocultar anúncios | indisponível | disponível | disponível | disponível |
| Veja quem curtiu você | indisponível | indisponível | disponível | disponível |
| Novas Top Picks todo dia | indisponível | indisponível | disponível | disponível |
| Envie mensagem antes do <i>match</i> | indisponível | indisponível | indisponível | disponível |
| Curtidas priorizadas | indisponível | indisponível | indisponível | disponível |
| Ver histórico de curtidas dos últimos 7 dias | indisponível | indisponível | indisponível | disponível |

Fonte: TecnoBlog (2021)

Durante o período de pandemia, alguns recursos foram implantados ou disponibilizados gratuitamente como forma de inovação para reter usuários. Foi o caso do

Face to Face e do Tinder Passaporte. Ambas são ferramentas que ressignificam encontros por aplicativos de relacionamento durante o período de pandemia. Com a ajuda delas, as pessoas que antes estavam confinadas sem a possibilidade de encontros físicos, conseguiram se encontrar, mesmo que pelas telas dos smartphones, por videochamadas e encontrando gente de todo o mundo.

Sabendo desta nova lógica em curso e da mudança repentina causada pelo *lockdown* analisaremos, no próximo subcapítulo, as mudanças provocadas nos encontros amorosos e no novo *modus operandi* da arte dos *dates* durante a pandemia, a partir de entrevistas de Jim Lanzone, CEO do Tinder, articulando principalmente com as principais teorias.

2.2. Mudança na lógica dos encontros físicos

A pandemia do novo coronavírus provocou mudanças jamais imaginadas; as restrições, o isolamento e o cenário de caos social exigiram novas maneiras de lidarmos com questões que já havíamos nos acostumado durante a década. Relacionamentos, antes presenciais, foram obrigados a se adaptarem aos espaços virtuais. Quem nasceu na era digital, continuou nela. E os resistentes encontros presenciais - os *dates*, famosos entre os *millennials* e a *GenZ*, também tiveram que se adaptar - facilmente, ao mundo 100% virtual. Desse modo, sem muitas escolhas para quem busca um “contatinho”, os encontros cara a cara se tornaram planos para o futuro.

Em 2020 o mundo parou e teve que se reprogramar para uma transformação digital forçada. Isabel Weiss, psicóloga e doutora pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), escreveu um artigo para a página na internet do grupo *Great Place to Work* afirmando que, pouco antes da pandemia, em meados de 2019, as pessoas estavam sendo alertadas quanto ao uso exagerado da internet e suas consequências para a saúde mental:

Incrível imaginar que, em um contexto de hiperconectividade, pudéssemos sentir solidão e tudo o mais aqui descrito. As pesquisas já mostravam que abusar da tecnologia provocava uma espécie de “distanciamento social”, naquele período em que essas duas palavras juntas ainda não eram tão populares quanto agora. (WEISS, 2020)

Em uma *live* no Youtube, a Diretora de Desenvolvimento e Negócios do Tinder para a América Latina, Sabrina Zaremba (2021), comentou que houve uma mudança da forma com que as pessoas encaram o aplicativo: “Ele não é mais uma plataforma tão forte na

questão do relacionamento de *dating* [...] se transformando em uma plataforma de relacionamento em geral” (ZAREMBA, 2021). Para a diretora, o crescimento das conexões no momento que vivemos durante a pandemia foi essencial para o *app*. “A gente tá vivendo um momento que as pessoas precisam se conectar e conhecer pessoas”, afirmou. Para ela, o Tinder na pandemia “se transformou em uma grande ferramenta de conexões” (ZAREMBA, 2021).

O presidente do Tinder, Jim Lanzone, falou em uma entrevista no Reino Unido para a BBC sobre as principais mudanças de posicionamento da plataforma. De acordo com Lanzone (2021), para o site fazer *swipe right*¹⁷ não é o suficiente para o encontro em um contexto de pandemia. “O ‘*match*’, a confirmação de que os dois lados se interessaram reciprocamente, era antes apenas um pontapé para o encontro presencial — mas isso mudou com o novo cenário de intensas interações virtuais” (LANZONE, 2021).

Essa mudança da plataforma traduz o comportamento geral de milhões de usuários ativos nas redes sociais durante o *lockdown*. Sem a possibilidade dos encontros, nos habilitamos a ter conversas mais duradouras através dos smartphones. “Como sabemos, nos últimos 15 a 18 meses, as pessoas realmente se abriram para se conhecer virtualmente antes de definirem relacionamentos offline; ou se abriram até para ter relacionamentos virtuais” (LANZONE, 2021).

Bauman (2004) diz que as redes e os relacionamentos estabelecidos por meio delas se diferem por se constituírem com duplo caráter, uma “rede” funciona tanto para conectar quanto para desconectar, para o autor, é impossível imaginar uma rede sem este duplo caráter. “A palavra ‘rede’ sugere momentos nos quais “se está em contato” intercalados por períodos de movimentação a esmo. Nela as conexões são estabelecidas e cortadas por escolha” (BAUMAN, 2004, p. 9).

Mas, Weiss (2020) aponta que, em meio a pandemia do coronavírus, os indivíduos se viram obrigados a tomarem distância uns dos outros, por segurança. “Precisamos nos afastar, nos isolar, fôssemos adictos da internet ou não. E este fenômeno vem assolando a humanidade, que passou a valorizar como nunca o contato e a conexão social” (WEISS, 2020).

¹⁷ *Swipe right* é o ato de deslizar o dedo para a direita como forma de dar like em um perfil do Tinder.

Foi observando a rápida mudança social que o Tinder e outros aplicativos de relacionamento começaram a mudar seus posicionamentos. “Com a pandemia impedindo as pessoas de se conhecerem pessoalmente, a empresa também tem aproveitado o espaço de descoberta social em rápido crescimento, que permite que os usuários descubram e se conectem com pessoas não exclusivamente para namorar, pois podem nunca se encontrar cara a cara” (REUTERS, 2020).

Por conta da intensa mudança na lógica com que usamos esses aplicativos, o Tinder se viu obrigado a mudar para atender esse novo cenário, passando por uma transformação total na forma com que os usuários se apresentam para um possível *match* na plataforma e para que possam se conhecer ainda mais antes de um possível encontro cara a cara.

Com os novos cenários postulados e apresentados por líderes de aplicativos e, principalmente, com a mudança de posicionamento do Tinder durante a pandemia, no próximo capítulo vamos analisar como o lockdown mudou a forma que os indivíduos encaram os encontros virtuais por meio de pesquisas qualitativas - um estudo de campo, e quantitativas - um questionário.

3 UMA INVESTIGAÇÃO DO TINDER COMO FERRAMENTA NOVAS INTERAÇÕES SOCIAIS

Para explicar e apresentar novas maneiras de usar o Tinder durante períodos em que encontros físicos ficaram em segundo plano, faremos uso de duas formas de pesquisa: qualitativa, um diário de campo com experiências na plataforma no tempo de pandemia; e a quantitativa, quando um questionário foi distribuído para usuários do Tinder durante a quarentena.

Como o objeto de estudos é caracterizado é *online*, utilizamos - por partes, o princípio da netnografia para guiar os passos da pesquisa. Este é definido por Kozinets (2010, p.5) como: “A netnografia é a etnografia adaptada às complexidades de nosso mundo social contemporâneo, mediado pela tecnologia”. Para o autor, nossas vivências online e offline se relacionam, sendo então considerada a importância de se estudar os dois tipos de comunicação na sociedade atual; com ela, temos em mãos “[...] maneiras para estudarmos a vida em uma época de cultura mediada pela tecnologia” (KOZINETTS, 2010, p.5).

A netnografia guia a pesquisa dentro do ambiente digital e é baseada em um princípio ético na internet de proteção dos autores participantes.

A proteção da privacidade e da confidencialidade dos participantes da pesquisa é normalmente alcançada por meio de uma combinação de táticas e práticas de pesquisa, incluindo o envolvimento na coleta de dados em ambientes controlados ou anônimos, a limpeza de dados para remover informações de identificação pessoal (PII) ou o uso de restrições de acesso e métodos de segurança de dados relacionados.¹⁸ (BUCHANAN; ZIMMER, 2012, *online*)

Buscamos monitorar tanto a participação e os posicionamentos de usuários no aplicativo, quanto novas estratégias utilizadas pelo Tinder ao longo do período para atrair e

¹⁸ No original: Protecting research participants' privacy and confidentiality is typically achieved through a combination of research tactics and practices, including engaging in data collection under controlled or anonymous environments, the scrubbing of data to remove personally identifiable information (PII), or the use of access restrictions and related data security methods. And, the specificity and characteristics of the data will often dictate if there are regulatory considerations, in addition to the methodological considerations around privacy and confidentiality.

aproximar seu público. Mas antes, foi necessário um estudo de campo, para entender a dinâmica que o aplicativo estabelece a interação entre os usuários, quais suas limitações e seus recursos dentro do contexto de pandemia. No próximo tópico, vamos analisar o que a pandemia trouxe de mudança para o posicionamento do Tinder e dos encontros *online*.

Levando em conta que trabalhos no campo jornalístico podem ser considerados parecidos com pesquisas netnográficas, se torna válido ressaltar a diferença entre os dois termos. Uma se difere da outra no que diz respeito à metodologia de pesquisa.

Segundo a Adriana Amaral - jornalista e pesquisadora de netnografia brasileira, em entrevista para Juliana Mattos do jornal Zero da Universidade Federal do Rio de Janeiro, a netnografia se assemelha à investigação jornalística “em termos de observação dos comportamentos e da ida a campo”. Mas a pesquisadora ressalta a diferença entre ambas: “A netnografia é uma metodologia de pesquisa empírica dedicada às ciências sociais e humanas e não pode ser confundida com o método de produção jornalística, que tem outros objetivos” (Amaral, 2011, p.14). Sobre isso, Mattos (2011, p.14) diz à entrevistada e conclui com uma das diferenças principais entre netnografia e jornalismo: “A netnografia é tida como relevante a partir do momento em que propicia a coleta de dados de forma menos invasiva, se comparada com a entrevista”.

Tomando liberdades que as pesquisas jornalísticas requerem, vamos basear, em partes, nossa pesquisa em uma pesquisa netnográfica. Significa que, quando necessário, utilizaremos recursos para ocultar nomes e demais informações que possibilitaria ao leitor reconhecer alguns dos perfis analisados durante ambas as pesquisas.

3.1. Resignificando os contatinhos: diário de quarentena dos solteiros

Como visto anteriormente, Sherry Turkle (2011) em seu livro “*Alone Together*”¹⁹ critica a forma com que nativos da era digital começam e mantêm seus relacionamentos. No livro, a autora transmite a ideia de que, sentimos os medos e riscos de nos desapontar nas relações por redes sociais e “buscamos maneiras para estar em relacionamentos e nos proteger deles ao mesmo tempo. Isso pode acontecer quando alguém está encontrando um caminho através de uma nevasca de mensagens de texto; isso pode acontecer ao interagir

¹⁹ Tradução literal para “Sozinhos Juntos”.

com um robô”²⁰ (TURKLE, 2011, p. 12, tradução nossa). Para ela, “esperamos mais de tecnologia e menos um do outro. Isso nos coloca no centro imóvel de uma tempestade perfeita”²¹ (TURKLE, 2011 p. 368, tradução nossa).

Porém, na pandemia, o cenário descrito pela autora passou por mudanças. Sendo assim, motivados pelas contradições existentes entre pensamento da autora e nossas divagações e pesquisas acerca da mudança de posicionamento dos apps e nossas interações neles durante a pandemia, decidimos tentar descobrir: estaríamos ainda “*Alone Together?*”, como diz em seu livro?

Em primeiro lugar e durante a realização da pesquisa, mapeamos ações que plataformas de encontros realizaram durante a pandemia e as restrições entre 2020 e 2021:

Ação 1: Carnaval no Tinder

Entre os dias 13 e 16 de fevereiro a plataforma realizou carnaval virtual em parceria com o jogo GTA 5 ²² com atrações musicais de Luísa Sonza, Giulia Be e Léo Santana. Durante o evento virtual, na plataforma do jogo, os usuários tinham a possibilidade de dar match uns com os outros e fazer declarações amorosas através de um carro de som dentro do jogo chamado de Carro de Declaração.

Figura 6 - Ação do Tinder Brasil para o carnaval no lockdown

²⁰ No original: These days, insecure in our relationships and anxious about intimacy, we look to technology for ways to be in relationships and protect ourselves from them at the same time. This can happen when one is finding one’s way through a blizzard of text messages; it can happen when interacting with a robot.

²¹ No original: The narrative of *Alone Together* describes an arc: we expect more from technology and less from each other. This puts us at the still center of a perfect storm.

²² GTA sigla para Grand Theft Auto é uma série de jogos eletrônicos para maiores de 18 anos.



Fonte: Tinder Brasil no Instagram

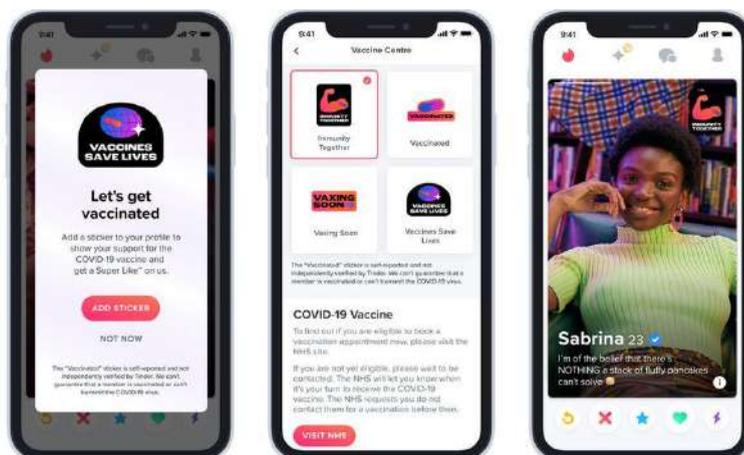
Ação 2. Tinder nos Estados Unidos avisa que *date* é vacinado

Em parceria com a Casa Branca, Tinder lançou a novidade durante a campanha de vacinação nos EUA²³. Como forma de divulgar a importância da vacinação, os perfis receberam um selo escrito “I’m vaccinated”. O usuário escolhe entre 4 selos, como na Figura 7 abaixo:

Figura 7 - Selos no Tinder que indicam que pessoa está vacinada

23

<https://www.tinderpressroom.com/2021-05-21-For-everyone-who-supports-getting-their-shot,-The-White-House-and-Tinder-will-help-you-shoot-your-shot> Acesso em: 04 Jul 2021



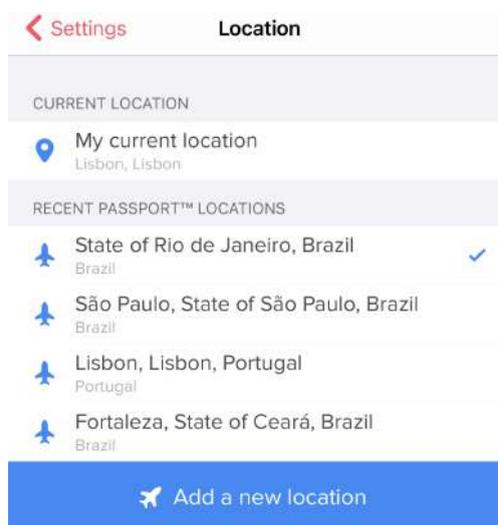
Fonte: BBC UK (2021)

Ação 3. Tinder oferece recurso Tinder Passaporte para todos os usuários durante a Pandemia

No início da pandemia, em meados de abril de 2020, o Tinder liberou o recurso - antes pago, para todos os usuários. A novidade possibilitou que as pessoas pudessem conhecer pessoas mesmo ficando em casa. Durante o lockdown, o recurso ficou disponível em dois momentos: 2020 e 2021. Em notícia lançada pela plataforma,²⁴ Udi Milo, vice-presidente de produto do Tinder, disse sobre as mudanças de posicionamento entre esses dois momentos: “Vimos uma tendência enorme ao uso do Passaporte na primeira vez porque as pessoas estavam procurando por uma conexão. Um ano depois, esperamos uma adoção semelhante por um motivo diferente: possibilidade.” (MILO, 2021)

²⁴ <https://www.tinderpressroom.com/news?item=122495> Acesso em: 04 Jul 2021

Figura 8 - Possibilidade de mudanças de localidades com o recurso Passaporte



Fonte: elaborado pela autora

Figura 9 - Notificação do Tinder sobre quantos dias faltavam para o Passaporte expirar



Fonte: elaborado pela autora

Ação 4. Parceria entre Tinder e Duolingo para acrescentar ao recurso Passaporte

Para acrescentar na experiência proporcionada pelo recurso Tinder Passaporte, a plataforma junto com o Duolingo²⁵ ofereceu aulas grátis de línguas para os usuários que assinassem o recurso que permite viajar o mundo sem sair de casa. Baseados nos dados divulgados pela própria plataforma de encontros²⁶, os usuários tinham a possibilidade de aprender 10

²⁵ Plataforma de ensino de línguas disponível em forma de aplicativo

²⁶ https://www.tinderpressroom.com/news?item=122499#assets_all Acesso em: 04 Jul. 2021

línguas de acordo com algumas justificativas:

Inglês : *1 em cada 5 brasileiros que usam o recurso Passaporte estão deslizando nos EUA*

Espanhol: *Madrid é o quinto destino urbano mais popular do mundo*

Francês: *os Estados Unidos são o país número 1 com o passaporte em Paris*

Japonês: *os Estados Unidos são o país número 1 que usa o recurso Passaporte para conhecer novas pessoas em Tóquio*

Catalão: *os mexicanos estão usando o passaporte em Barcelona mais do que em qualquer outro país*

Coreano: *Bangkok e Taipei são duas das principais cidades que usam o Passaporte em Seul*

Italiano: *Roma é a décima cidade mais popular para visitantes de passaportes em todo o mundo*

Alemão: *a Argentina é o país n° 1 com o passaporte em Berlim*

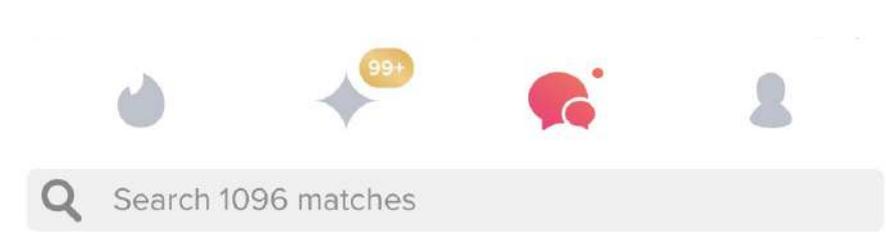
Holandês: *Brasil, EUA e Reino Unido são os três principais países que usam o passaporte na Holanda*

Português: *Rio de Janeiro é o 19º destino urbano mais popular para visitantes do Passaporte em todo o mundo (TINDER, 2021, online)*

Para a segunda parte da pesquisa de campo, recorreremos ao chat do Tinder para descobrir o que os usuários diziam sobre a quarentena e os novos métodos de encontros que a plataforma estava oferecendo.

Optou-se por manter a mesma conta anteriormente utilizada no celular do experimento antes mesmo do *lockdown*. Sendo assim, o número de *matches* atual não é o mesmo do número de *likes* que foi dado durante a quarentena. Ao chegar em Portugal, o Tinder do experimento tinha aproximadamente 400 *matches* (em cerca de 3 anos de utilização do *app*), enquanto agora, até a data de realização da pesquisa o número é de 1096. Nota-se que houve um aumento de aproximadamente +700 *matches* durante o período de pandemia, ao longo de 13 meses (fevereiro de 2020 a março de 2021). Vale ressaltar que esse aumento não só se deve à pandemia, como ao contexto de mudança de país (do Brasil para Portugal) para intercâmbio em fevereiro de 2020.

Figura 10. Número total de matches durante a pesquisa



Fonte: elaborado pela autora (2021)

Em um primeiro momento, durante um mês, decidimos medir o tempo de conversa na plataforma durante o lockdown. Fugindo às regras restritas da netnografia, não caracterizamos o perfil como perfil de pesquisa e preferimos não falar aos usuários que estavam participando de uma pesquisa.

Com Guilherme (nome fictício) a conversa foi considerada duradoura. Durou de 20:46 à 22:27 e, nesse tempo, Guilherme passou por diversos assuntos como, por exemplo:

- O que fazes da vida?
- Mestrado e aulas
- #Fuckbolsonaro
- Não vamos já à política senão vai ficar pesado
- Tas aqui à quanto tempo?
- Estive de férias no Alentejo²⁷, nem senti a quarentena
- É vida do campo, tinha rio a dois kms (sic) de casa, muito calor, paisagens bonitas, foi um bom isolamento ahah
- Conheço o local ideal pra ti em Portugal
- Aqui não consigo mandar fotos senão já te estava a mandar muitas
- Vou seguir a Mariana no instagram, só pra avisar ahah
- Se por acaso teu gosto musical for do meu agrado temos um caso sério

Daqui em diante foi uma incessante troca de mensagens sobre músicas, com envio de links para o YouTube e Spotify. Quando, de repente, acabou.

²⁷ Zona rural com praias e criações de animais em Portugal.

Com a mensagem de biografia “pesquise o Tinder durante a pandemia”, resolvemos trazer à tona um dos motivos de estarmos no aplicativo, ajustando a pesquisa às diretrizes éticas de pesquisas com seres humanos, seguidas pelos trabalhos de netnografia. A partir desse momento, muitas mensagens com a pergunta “Qual é o tema da sua pesquisa?” começaram a aparecer. Em um dia de experimento, cerca de sete pessoas - todos eles homens (pois estava com o filtro para encontrar “homens” ativado) mandaram mensagens.

Mas também houve quem soube abordar o assunto de forma mais sutil. Como foi o caso do João (nome fictício), que primeiro falou sobre gostos musicais - utilizando o recurso disponibilizado pela plataforma que apresenta as músicas mais tocadas no Spotify, soube abordar diversos assuntos em uma conversa que durou de 30 de janeiro de 2021 até 6 do mesmo mês. Algumas mensagens de João que são válidas de ressaltar e colaboram para a pesquisa são:

- E o que te trouxe a Portugal?
- Adoro a energia em relação ao assunto, gostava imenso de saber a sensação. Conta-me mais
- Covid deixou-te cá mais tempo? Ou é Portugal ser o lugar ótimo que é?
- Perrengue significa o que? ahahaha nunca tinha ouvido essa palavra

A conversa então entra no assunto Rio de Janeiro, lugar onde morava antes de ir para Portugal e para onde João nunca foi:

- Parece uma vida muito bonita. O que interessa não é o material, mas sim o que temos de fenomenal.
- A visão de estar a beber uma água de coco na praia é muito fora da realidade de lá?
- O máximo que posso fazer para me situar é ver a Cidade de Deus²⁸
... mas adorava ir lá um dia

²⁸ Filme brasileiro indicado ao Oscar 2004 e ao Globo de Ouro.

É possível observar a linearidade da conversa quando trata-se de uma conversa de pessoas de diferentes culturas como foi entre Brasil e Portugal.

Por último, para que seja possível notar a diferença entre conversas mediadas no Tinder entre Brasil e Portugal: o terceiro personagem é Pedro (nome fictício), brasileiro que mora em Lisboa. Já referindo à conversa, Pedro inicia o bate-papo referenciando todas as fotos que disponibilizou-se no perfil do aplicativo:

- Vc corre de kart, gosta de praia e mergulha com o free willy e Ariel?? Ta de brincadeira??
- Vem ca q eu preciso te conhecer! Fica na minha vida?? como amiga ou amor da minha vida!!
- Brincadeiraaa!! kkkkkk mas se vc quiser eu quero >< hehehe

Logo depois de três mensagens trocadas sobre as fotos, o assunto mudou para a pergunta que quase sempre é feita: “Você é de onde?”, essa abriu interpretação para duas possíveis respostas. Então a resposta foi “Moro em Saldanha, aqui em Lisboa.... mas sou do Rj”, logo ele respondeu e introduzimos o assunto sobre covid-19 e quarentena na conversa com Pedro:

Pedro - Iiiiih tem jeito não pow, sou seu vizinho no br e em pt kkkk (sic)

Pedro - Ah perguntei p ja pensar na logística pra qnd a gnt for tomar uma ne kkkkk (sic)

Mariana - Agora tô fazendo quarentena pra poder não pegar covid e estudando pq semana que vem tenho uma apresentação importante, mas podemos marcar outro dia.

Assim, foi possível introduzir o assunto à Pedro e ele disse:

- Nossa tcc na quarentena, deve ter sido pesado né?!
- Ta se formando em q?

Enquanto devolvia a resposta das perguntas anteriores que Pedro havia feito, ele já estava pulando para outra pergunta e, ao mesmo tempo, respondendo às respostas da pergunta antiga. É possível notar claramente neste diálogo:

Pedro - Eu sou uma base de dados p vc??? (Sobre o Tinder e a pesquisa) (*sic*)

Mariana - Essa conversa tem potencial (*sic*)

Pedro - Isso é vdd! Mineiro é tudo de bom kk (*sic*)

Logo depois, Pedro revela que não ativa as notificações do Tinder e que prefere conversar pelo WhatsApp, aplicativo onde dá para responder mensagens específicas sem ter o problema de se perder nas trocas de mensagens - fato que estava acontecendo com a conversa no Tinder. O usuário também afirmou que não tem notificações do Tinder ligadas. Perguntado sobre o porquê, Pedro disse:

- Aah, primeiro q eu nao sou muito fã do tinder (*sic*)

- E eu tb uso o cel p trabalho, então so ativo as notificações importantes (*sic*)

- Se descuidar eu perco o foco facinho kkk (*sic*)

- Mas a questão do tinder é mesmo pq eu não gosto muito de usar kk (*sic*)

- Não sei pq, nao me prende muito kkk (*sic*)

Sabendo do problema abordado por Pedro na conversa e ainda motivados pela pergunta que fizemos sobre a perspectiva de Turkle (2011) em “*Alone Together*”, introduzimos a pesquisa quantitativa com a finalidade de entender a opinião das pessoas sobre a plataforma durante a pandemia do covid-19 e as relações nelas estabelecidas.

3.2. Pesquisa quantitativa

A pesquisa quantitativa realizada através da plataforma do Google Forms - aplicativo do Google que possibilita a criação de perguntas em forma de questionário nos

dará um panorama global sobre como as pessoas estão se comportando e seus principais pensamentos sobre o distanciamento imposto pela pandemia do coronavírus.

Como Manzato e Santos (2012), “O levantamento de dados para pesquisa quantitativa por meio de questionários requer cuidado especial”. Para os autores, “não basta apenas coletar respostas sobre questões de interesse, mas sim saber como analisá-las estatisticamente para validação dos resultados” (MONZATO; SANTOS, 2012, p. 1). Por isso, foi necessário um cuidado especial ao realizar as perguntas presentes na pesquisa.

No total, foram 32 perguntas, que variaram entre múltipla escolha (30) e duas discursivas, que os entrevistados escolhiam entre responder ou não. Podendo assim serem classificadas entre:

Perguntas dependentes: perguntas disponíveis apenas quando os entrevistados escolheram certo tipo de resposta na pergunta anterior.

Caixas de seleção: disponibilizamos muitas opções e o entrevistado poderia escolher uma ou mais opções para marcar.

Escalas: escolhidas para perceber o nível de afinidade dos entrevistados sobre o aplicativo e seus recursos. Foram utilizadas também para medir a opinião pessoal de cada um sobre a pandemia e o uso de aplicativos de relacionamento.

Perguntas discursivas: deixamos a opção do público de responder a uma pergunta com mais palavras e/ou contar uma história. Nesse caso, esse tipo de pergunta foi de livre escolha, podendo ou não ser respondida pelo entrevistado.

Perguntas múltiplas escolha: têm caráter de restringir a resposta do público e induzir o entrevistado a tomar partida escolhendo a opção que mais combina com seu pensamento a partir de respostas anteriormente delimitadas. Foi o tipo de perguntas mais utilizado neste trabalho. Optou-se por delimitar e afunilar o que o público responderia, a partir de critérios sobre o conhecimento do funcionamento do aplicativo. Dentro dessa categoria, existiam:

Perguntas fechadas: escolhidas para guiar a pesquisa, em que só existia a possibilidade de escolher uma resposta entre as diferentes opções e realizadas para todos os entrevistados.

Perguntas abertas: os entrevistados poderiam responder marcando uma das opções disponíveis, ou optarem por criar uma nova resposta se estivessem insatisfeitos com as opções disponibilizadas.

Outro importante passo dessa pesquisa foi delimitar o local de realização, por se tratar de um ambiente digital e um aplicativo de abrangência mundial, optou-se por distribuir a entrevista para apenas residentes dos países Brasil e Portugal. A escolha foi dada não só por serem países onde a língua é a mesma, mas também por serem países onde a autora residiu durante a realização da pesquisa.

O questionário foi respondido por um total de 84 pessoas, porém foram 52 de Portugal e 25 do Brasil que responderam às principais perguntas. Ele teve como principal canal de distribuição o Tinder. Utilizando o recurso do “Passaporte Tinder”, fixou-se a localização em diferentes pontos de Brasil e Portugal, especificamente em Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Fortaleza e São Paulo, estados brasileiros, e Lisboa, Porto e Faro, cidades portuguesas. Ele foi realizado com o objetivo de traçar hipóteses sobre o crescimento do número de usuários no Tinder durante o período da pandemia do coronavírus. Além disso, serviu também para identificar as mudanças comportamentais dentro do app em face ao isolamento social.

A fim de delimitar o público-alvo e restringir as perguntas para países em questão, o link do formulário foi enviado a grupos de jovens brasileiros em Portugal e no Brasil, no WhatsApp e para usuários do Instagram.

A partir de agora, abordaremos os resultados das respostas do questionário:

Uma descrição e uma apresentação inicial foi necessária para caracterizá-la como uma pesquisa acadêmica, porém foi realizada de uma forma descontraída e voltada para o público que mais usa o aplicativo para *dates*.

Foram 84 respostas recebidas na primeira pergunta dependente sobre o uso ou não uso do aplicativo, tendo uma porcentagem de 91,7% de respostas positivas quanto a essa questão. Quem respondesse “sim”, passaria para a próxima pergunta, quem disse que não usou o *app* na pandemia já não passava para as outras perguntas.

De acordo com a pesquisa, 48,1% dos entrevistados têm entre 22-25 anos de idade, público que se caracteriza como o principal grupo de usuários da plataforma. O site Business of App²⁹ postou um relatório com as principais métricas do aplicativo em 2021 e observou que, segundo o site, pessoas da Geração Z estão aumentando suas atividades na plataforma. Segundo relatório do site, houve um aumento de 39% nos swipes diários só da

²⁹ <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/#8> Acesso em: 17 maio 2021

Gen Z no Ocidente.

Sendo assim, delimitamos o público em: menores de 18 anos, pessoas entre 19 a 21 anos, 22 a 25 anos, 26 e 30 anos e maiores de 31. Baseando-se na faixa etária que mais utiliza o aplicativo, na tentativa de buscar e delimitar ainda mais o público alvo. Depois dos jovens de 22 a 25, o segundo maior público da pesquisa foi o entre 26-30 anos com 29,9%, 11,7% maiores de 31 e 10,4% entre 19-21 anos.

A terceira pergunta do questionário foi sobre a orientação sexual dos entrevistados: foram 66,2% se declarando heterossexuais, 18,2% bissexuais e 14,3% homossexuais, 1,3% se declararam sendo pansexuais.

A quarta questão foi também uma pergunta restrita ao público de residentes de Brasil ou Portugal, e teve caráter informativo não classificatório. Foram 67,5% dos entrevistados residentes de Portugal e 32,5% responderam residir no Brasil. Neste tópico, não iremos nos aprofundar quanto às diferenças culturais entre os países em questão, já que a nacionalidade dos entrevistados não foi delimitada, mas sim o país de residência. O intuito da pesquisa foi ser mais abrangente e menos restritiva possível, para que questões sobre as mudanças no aplicativo e seus usuários fossem ressaltadas com mais atenção.

Assim, entrando no grupo de perguntas sobre novas tecnologias perguntamos: “Quais Apps você mais usa durante o isolamento social? (até 5)” com o objetivo de entender os aplicativos mais usados pelos usuários na pandemia. A hipótese era a de que o Tinder estaria na lista dos cinco aplicativos mais usados entre as pessoas durante a pandemia. Fizemos a pergunta na forma de caixa de seleção para que fosse possível a seleção de mais de uma resposta para ela. Foram, nesta ordem, os apps mais utilizados: Instagram (96,1%), WhatsApp (85,7%), Spotify (71,4%), YouTube (59,7%) e Tinder (44,2%). Corroborando assim com a hipótese anteriormente realizada.

“Se fosse uma torcida de futebol, qual app estaria conquistando seu coração para defender?”, nessa pergunta, de acordo com as resposta do questionário, o Tinder estaria entre o favorito e principal aplicativo entre os usuários para criar conexões com 83,1% das pessoas escolhendo-o como favorito, seguido por um empate entre Grindr e Bumble com 3,9%. O que também é explicado pelos dados do relatório divulgado em junho de 2020 pela Senso Tower (2020),³⁰ censo que utiliza algoritmos do IOS e Android para apurar números

³⁰ <https://sensortower.com/blog/top-grossing-apps-worldwide-june-2020> Acesso em: 08 Jun 2021

sobre quantidade de downloads na App Store e no Google Play respectivamente. O relatório concluiu que, naquele mês, o Tinder foi o terceiro aplicativo mais rentável do mundo, tendo ultrapassado as plataformas de streaming Netflix e Disney+ nos meses anteriores (abril e maio).

A próxima pergunta foi focada em entender o quanto as pessoas se consideravam abertas para criarem conexões através da internet, em apps de relacionamento. Respondendo à pergunta: “Numa escala de 1 a 5, o quanto se considera aberto para conhecer pessoas e criar conexões reais em Apps de relacionamento?”, foram 35,1% afirmando que se sentem totalmente abertos para criarem conexões reais em apps de relacionamento contra 3,9% dizendo que não se sentem abertos para tal.

A pesquisa revelou que 53,2% das pessoas avaliam todos os artifícios (fotografias, músicas, descrição, localização, nome, idade e gostos em comum) e características do perfil antes de dar *swipe*. Não muito atrás, vêm 31,2% dos usuários que dizem que avaliam somente a beleza da pessoa na hora de gostar ou não do perfil. Apenas 10,4% levam em consideração somente a descrição ao dar match, os outros 5,2% ficaram para os que avaliam apenas a qualidade das fotos dos perfis.

Outro resultado da pesquisa interessante de pontuar foi o do chamados *swipes*: grande parte dos usuários na pesquisa, 77,9%, relataram que passam a maior parte do tempo praticando a ação do que conversando no aplicativo, 22,1%. A interface do Tinder e também, seu algoritmo, atira um fenômeno apontado por muitos usuários que diz respeito a um vício de dar likes. Rita Sepúlveda, Jorge Vieira em sua pesquisa “Lógicas de funcionamento do Tinder. Uma análise da aplicação e das percepções dos utilizadores” referenciam Austin Carr para a revista Fast Company³¹ ao dizerem:

“O algoritmo do Tinder classifica os utilizadores em função do seu grau de atração, diretamente ligado com o número de *swipes*, *matches* e com quem dão matches, revelando também que a inatividade prejudica o utilizador” (CARR, 2016 apud SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2019, p.11) .

Porém, tal funcionamento também é apontado pelos respondentes como sendo, grande parte das vezes, muito bom, não excelente. Foi o indicado por eles na questão

³¹ <https://www.fastcompany.com/3054871/whats-your-tinder-score-inside-the-apps-internal-ranking-system>
Acesso em: 13 Jul 2021

“Nessa escala de funcionamento, o quanto considera o aplicativo bom de utilizar”, no qual 44,2% das pessoas responderam que o aplicativo é considerado bom de utilização, 33,8% marcaram como sendo bom, 14,3% dos utilizadores disseram ser excelente e 7,8% afirmaram ser ruim. No mesmo artigo, Sepúlveda e Vieira usam o artigo “Intimidades Filtradas: Tinder e a lógica do deslize” de Gaby David e Carolina Cambre: “À referida lógica de funcionamento alia-se a relativa exigência de rapidez na tomada de decisão, se assim não for, não é possível visionar outros perfis (DAVID; CAMBRE, 2016 apud SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2019, p.11)

Na sessão seguinte, denominada “Existe vida social no isolamento?”, foi possível entender o quanto as pessoas consideraram existir ou não vida social durante o isolamento proposto pelo *lockdown*. Foram feitas perguntas mais centrais, nas quais iniciamos com “Em uma escala de 1 a 5 sua vida digital foi importante a que nível”. Nesta, foi possível escolher entre 1 (vida digital < vida social) a 5 (vida digital > vida social). Foram 35,1% dos entrevistados respondendo o nível, ou seja, os usuários, em sua maioria, consideraram que os dois estilos de vida se mantiveram em equilíbrio. Foram 22,1% respondendo o nível 4, e 20,8% o nível 5, contra apenas 14,3% e 7,8% respondendo os níveis 2 e 1 respectivamente. O que indica uma tendência das pessoas a acharem que a vida no ambiente digital foi mais importante do que suas vidas sociais.

Nesse sentido, avançamos com as questões ao perguntar: Você se sente mais conectado à internet agora? Ao todo, 62,7% acham que estão passando mais tempo conectados agora, na pandemia. Ao menos 28% disseram que não sentiram diferença, contra 9,3% respondendo que vivem mais *offline* agora.

Prosseguimos a fim de responder à questão seguinte: Você se sente mais conectado às pessoas com a ajuda da internet e mídias sociais? Nela houve uma divisão de pensamentos dos usuários. Ao todo, 39% responderam que se sentem mais conectados agora, 35,1% disseram que não, relatando que os vínculos se tornaram mais superficiais, 23,4% não relataram diferença entre antes e durante a pandemia. Deixamos a pergunta livre para que as pessoas sugerissem outro tipo de resposta e assim dois comentários surgiram: “Diria ser um misto entre a primeira e a segunda: apesar de interagir com mais pessoas, por força da distância imposta pelo meio virtual, as conexões não são tão ricas quanto como se fossem cara-a-cara, por assim dizer” (Entrevistado 1) e “A conexão até acontece, mas não

supre a necessidade de estar perto de alguém real” (Entrevistado 2).

Segundo a pesquisa, 33,6% dos usuários consideraram aplicativos como o Tinder importantes para criarem vínculos durante a pandemia, 27,3 % dos entrevistados ficaram divididos, 11,7% responderam serem muito importantes para novos vínculos no período contra 9,1% respostas considerando-os pouco importantes. O resultado mostra que, de fato, os jovens que baixaram o Tinder e aplicativos de relacionamento na pandemia buscaram meios de continuar o que antes faziam em festas e encontros cara-a-cara. Criando assim, novos vínculos somente através da internet.

Mas, tais vínculos podem ser considerados fortes a ponto de substituir os antigos modos de encontrar novas pessoas? Foi esta uma das principais questões que a pesquisa se propôs a tratar. Grande parte das pessoas (54,5%) responderam que sim, acham difícil, mas não impossível. 33,8% responderam que não, criar vínculos apenas pela internet é impossível e uma minoria de 11,7% respondeu que esses vínculos podem substituir a vida dos encontros presenciais.

Seguindo a mesma linha, foi perguntado também se os entrevistados conseguiram manter boas relações por meio da internet ou se essas conexões enfraqueceram. Nesta questão, houve uma divergência de pensamentos considerável, em que 53,9% das pessoas responderam que conseguiram manter a mesma conexão que tinha com as pessoas antes, por outro lado, não muito diferente, 46,1% das pessoas relataram que suas conexões enfraqueceram com a chegada da pandemia e a condição de manter a vida social de modo online.

Em seguida, tratamos das questões mais específicas sobre o Tinder como aplicativo de conexões durante a pandemia e suas funcionalidades. Ao todo, 87% dos participantes disseram que têm o aplicativo como principal meio de buscar seus *dates*. 59,7% relataram que já tinham baixado o aplicativo antes da pandemia, não ficando muito à frente dos 39% que baixaram o Tinder durante o período.

Sobre a frequência de utilização do aplicativo, 49,4% entram diariamente no app e 35,1% semanalmente. A pergunta esteve aberta para que houvesse a possibilidade de outras respostas quanto à frequência. “Depende do número de boys no momento kkk” (Entrevistado 4); “Esporadicamente, 2-3 vezes durante a semana” (Entrevistado 5); “Não tem um tempo certo” (Entrevistado 6); “Quando tenho a necessidade de novos contatos

sociais” (Entrevistado 7).

Quanto à frequência ter aumentado durante a pandemia, foi possível saber se o isolamento foi um fator para que as pessoas utilizassem mais o tempo na internet buscando interações e novas conexões no Tinder. Foram 53,2% de respostas positivas, indicando que sim, a frequência que entraram em apps de relacionamento aumentou, contra 32,5% dizendo que não houve aumento e 14,3% respondendo que talvez tenha aumentado.

Perguntou-se qual a intenção dos entrevistados ao darem match durante o isolamento social, e foi observado que, em sua maioria, as pessoas estão divididas quanto a este tópico. Alguns (37,5%) deixam o destino decidir; outros (19,5%) se sentiram carentes; Outros 19,5% decidiram por encontros casuais; e a minoria (14,3%) gostaria de um relacionamento sério. Da mesma forma, também tiveram os que responderam com suas próprias palavras: “Conhecer pessoas interessantes” (Entrevistado 8), “Conversar e conhecer gente nova, se valer a pena e não for arriscado em termos de covid, se encontrar também” (Entrevistado 9), “Bater papo e dependendo, se rolar algo, criar vínculos afetivos” (Entrevistado 10), "Passatempo" (Entrevistado 11).

Para tentar entender além, foi perguntado também se essas intenções mudaram em comparação com o período anterior à pandemia. Grande parte dos entrevistados disse que não (81,8%) e a minoria (18,2%) relatou que sim.

Perguntados sobre os encontros durante o *lockdown* 46,8% dos usuários nesta entrevista disseram que tiveram alguns *dates* mesmo com o isolamento social. Por outro lado, 36,4% responderam que ficaram restritos somente ao ambiente digital e a minoria (16,9%) respondeu que encontrou uma pessoa durante o período.

Terminando a sessão de perguntas sobre os encontros na pandemia, a última questão foi restrita para os indivíduos que responderam que não encontraram ninguém durante o isolamento, na tentativa de entender o porquê e se o medo da transmissão do vírus foi um dos fatores decisivos. 42,9% dos usuários relataram que não se sentiram seguros de encontrarem pessoas durante a pandemia do covid-19.

Outras respostas foram “A pandemia atrapalhou” (25%), “Preguiça” (17,9%), “Porque todas querem mais a beleza do cara o do que o amor dele” (Entrevistado 12), Se não dá match, não há nada que se possa fazer (Entrevistado 13), "Não quis” (Entrevistado 14).

A sessão sobre os recursos que o Tinder disponibilizou foi aberta pela pergunta: “Fez uso de algum recurso que o Tinder disponibilizou gratuitamente?”, um total de 61% das pessoas responderam que sim e 39% responderam que não.

Em seguida, foi perguntado sobre quais os recursos oferecidos pela plataforma utilizados pelos usuários. Entre eles estavam o Tinder Passaporte (55,3%), Tinder Gold (23,4%), Tinder+ (21,3%), Videochamada (4,3%), Tinder Platinum (2,1%), Todos (12,7%). Esta pergunta era dependente e tinha caráter quantitativo, para entendermos melhor a abrangência dos recursos dentro da pesquisa.

Com a disponibilidade da possibilidade dos usuários fazerem Videochamada durante o isolamento social, gostaríamos de entender, de forma qualitativa e por meio de uma escala (onde: “1” ajudou pouco e “5” ajudou muito), o quanto essas pessoas confiaram na ferramenta como alternativa aos encontros físicos. E 34% das pessoas disseram que o recurso pouco ajudou nesse quesito, formando uma escala decrescente onde a alternativa menos escolhida foi a número 5 (ajudou muito). Isso significa que o recurso foi de pouca ajuda aos indivíduos em isolamento social.

Com a pergunta “Em uma escala de 1 (horrível) a 5 (excelente), como foi sua experiência ao usar o Tinder Passaporte?” foi possível entender que a maior parte dos entrevistados acharam recurso “bom” de se utilizar e tiveram uma boa experiência, ou seja, 34% dos entrevistados responderam “3”, número que ficava entre horrível e excelente.

Para entender qualitativamente a opinião dos usuários entrevistados sobre a sensação de poder “ir para outros lugares” com o Tinder Passaporte, perguntou-se: “O que achou da possibilidade de ‘ir para outros lugares’ proporcionada pelo ‘Tinder Passaporte’ durante a pandemia? Qual foi o efeito dela na sua busca por novos matches?”. Foram 25 respostas em forma de texto escritas livremente no formulário.

O que chamou mais a atenção foi o caráter contraditório das respostas:

- (a) Foi ótima, eu encontrei pessoas muito diferentes em outros lugares do mundo” (positivo);
- (b) Um inferno, eu coloco pra conhecer pessoas de perto e vive aparecendo gente de outros continentes. (pessimista);
- (c) Não afetou muito, para ser sincero...mas é uma funcionalidade curiosa, se a interação realmente acabar por ser interessante, verdadeira e valer a pena, quem

dela disfrutar pode lançar-se a uma viagem que de outra forma talvez não teria a chance, quem sabe? (curioso).

Para encerrar o estudo, perguntamos sobre o pós-pandemia. Analisemos então de forma quantitativa o percentual dos indivíduos que consideram continuar utilizando o Tinder em busca de *dates*: 54,5% das pessoas disseram que pretendem continuar, 37,7% responderam que talvez utilizem e 7,8% relataram que não continuarão a utilizar a plataforma depois da pandemia.

Para entender o legado que o Tinder acabou por deixar nessas pessoas durante a pandemia, finalizamos a pesquisa com a pergunta: “Tem alguma história ou opinião sobre o Tinder na Pandemia? Me conta!” Foram 20 respostas discursivas no total, escolhemos por destacar apenas as que mais se contradizem e completam as ideias sobre o estudo.

(d) “Uso o Tinder desejar ‘bom dia, noite ou tarde’, também uso para perguntar como a pessoa está e a conversa morre, é tipo algo pra dizer que tá falando com alguém, ou como se fosse a Siri respondendo perguntas idiotas, como por exemplo "parece que vai chover hoje" ou quando digo "Siri, cante uma música para mim"... Sou uma pessoa super comunicativa, mas o chat do Tinder me estressa por não ser "mais instantâneo" , tipo as mensagens são tão lerdas pra enviar ou receber, ou quando demoram a atualizar, que chega a dar tédio e fecho o App...”

(e) “Acredito que muitas mais pessoas tenham recorrido ao Tinder durante este tempo, mas apesar disso também acredito que muitas outras tenham desistido, mesmo pela impossibilidade de encontrar pessoas - com as quais houvesse uma boa conexão - realmente, preferindo isso a ficar, de certa forma, presos à interação virtual.”

(f) “Curiosamente, pegando numa resposta anterior, a pessoa que conheci foi num período em que usava, mas nem sequer foi pelo Tinder...infelizmente, não deu certo, e voltei a estas bandas, que se pode fazer? ahaha (Numa pequena nota, ideia muito curiosa, espero que estejas a ter os resultados pretendidos com o estudo!!)”

(g) “Creio que o uso da aplicação sofreu um grande aumento, devido lá está ao isolamento e com isso tornando algumas pessoas ainda mais apáticas e muitas com ideias muito pouco sólidas pois os próprios contornam a essência da sua pessoa fazendo assim um terceiro sentir ainda mais isolado. Pois cada pessoa procura o que necessita mediante as suas necessidades”

- (h) “Acho que pela carência, as pessoas do Tinder estão irresponsáveis. O maior problema é resistir às insistências dos matches de querer se encontrar na pandemia praticamente no mesmo dia do match, sem sequer saber se a outra se cuida ou não. O que pode motivar a propagação do vírus. Eu já conheci 3 pessoalmente, dos quais apenas 1 teve paciência de fazer as coisas no tempo certo”
- (i) “Tenho muito, tive 3 encontros maravilhosos, mas nenhum se comparou com o último.. eu encontrei o amor da minha vida!!! Pedi ela em namoro esse fim de semana e ela aceitou 😍😍!! Em plena estação de Entrecampos hahaha”
- (j) “Acho que só serve pra massagear o ego (não que seja algo ruim), sem contar que às vezes rola choque de cultura. Portugueses não sabem desenvolver papo como brasileiros, ainda reproduzem discursos xenofóbicos, racistas, homofóbicos e machistas como se não tivesse problema algum. Como consequência fico só dando swipe por preguiça de conversar com gente escrota”
- (k) “Achei as pessoas mais dispostas a conversas mais longas, já que o *lockdown* impossibilita encontros”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após muitas conversas, pesquisas e experiências ao utilizar o Tinder como aplicativo principal para criar conexões durante a pandemia é possível concluir que, durante o *lockdown* a criação e a manutenção dos vínculos foram dadas, principalmente, através das redes sociais. Sem o avanço das tecnologias ao longo do século, ficaríamos à mercê de uma comunicação ultrapassada e obsoleta, enfraquecendo os laços antes conquistados presencialmente.

A importância das tecnologias se dá a partir de quando elas são utilizadas a favor dos indivíduos e, nesse momento, da conexão humana. É o que o estudo dos laços virtuais trouxe de reflexão para este trabalho. Em momentos de restrições e pandemia, é possível observar ainda mais as tecnologias e redes a favor da manutenção das interações sociais.

Recuero (2009) relata em seus estudos que os laços virtuais são difíceis de serem percebidos, e explica que eles ocorrem através de trocas mediadas através de várias ferramentas.

Um exemplo disto foi uma das ações do Tinder durante a pandemia, que disponibilizou os recursos, antes pagos, gratuitamente para que houvesse mais interação dentro da plataforma com mais frequência. Criando, assim, mais conexões dentro do *app*. Com isso, a ferramenta mediou as ações que os usuários fariam para atingir um objetivo: criar mais laços - interações, durante a pandemia.

Foram diversas ações do aplicativo para que continuássemos a interagir na plataforma, durante um período onde interações só eram possíveis se fossem mediadas pelas tecnologias. Desde chamada de vídeos à stickers para avisar se *date* é vacinado. Tais recursos foram pensados, criados e disponibilizados ainda durante o *lockdown* como resultado do avanço tecnológico durante a pandemia do coronavírus.

A pesquisa mostrou que os usuários, em sua maioria (35,1%), se consideram abertos para criar conexões em *apps* de relacionamento e se sentem mais conectados à internet durante a pandemia. Em contrapartida, passam a maior parte do tempo *in-app* dando swipe do que iniciando conversas. Eles também relatam a importância de aplicativos como o Tinder na criação de novos laços durante o *lockdown*.

Quando perguntamos: “Acha que vínculos feitos no ambiente digital podem ser tão

fortes a ponto de substituir vínculos feitos na vida fora da internet?”, 54,5% dizem que acham difícil, mas não é impossível que isso aconteça.

Os usuários também relataram, em sua maioria (53,9%), que conseguiram manter a mesma conexão que existia antes com as pessoas com a ajuda da internet. 59,7% das pessoas entrevistadas já haviam baixado o Tinder antes da pandemia. Mas, a pesquisa também mostrou que 39% dos usuários baixaram o aplicativo durante o *lockdown*.

Quem baixou o Tinder em um período anterior à pandemia relata que continuou com as mesmas intenções que tinha antes ao usar a plataforma para encontros. E, como complemento, a maioria dos usuários encontrou pessoas - *dates*, no período de isolamento. Quem ficou restrito ao ambiente digital disse na pesquisa que não se sentiu seguro para encontrar pessoas durante o covid-19 (42,9% responderam com esta afirmação).

Sobre os recursos disponibilizados na plataforma, a maior parte dos entrevistados respondeu que fez o uso de algum recurso. E o Tinder Passaporte foi o vencedor, com 55,3% das pessoas dizendo que o utilizaram durante o período analisado. Também sobre o Passaporte, grande parte das pessoas elogiou a possibilidade de ir para outros lugares e se conectar com pessoas sem sair de casa.

Descobrimos que 39% dos entrevistados consideram que a pandemia mudou muito a forma com que as pessoas se relacionam, no geral, umas com as outras. Sobre um possível pós-pandemia, disseram que pretendem continuar utilizando o Tinder para criar laços afetivos.

Estas foram as principais considerações finais que surgiram com base nas pesquisas de campo e quantitativa. Este trabalho serviu para estabelecer reflexões sobre o que a pandemia trouxe de mudanças comportamentais nos indivíduos e na sociedade. Por meio dele, mostramos e analisamos resultados das interações dos usuários com ferramentas disponibilizadas durante a pandemia.

A partir de uma linha teórica sobre laços criados em plataformas de relacionamento, comunidades virtuais e relações mediadas por telas de smartphones. Parte da pesquisa esteve focada em apresentar alguns resultados que *apps* de encontros apresentaram depois da mudança de lógica causada pela pandemia. Outra parte, esteve focada em analisar alguns dos recursos disponibilizados pelo Tinder durante o isolamento social. E, por fim, pesquisamos o que a maioria dos usuários pensavam sobre o uso do Tinder durante a

pandemia.

Com isso, buscamos entender os canais digitais como agentes importantes e, cada vez mais, indissociáveis para a construção e manutenção de vínculos. E assim usar ferramentas para pensarmos: continuamos sozinhos, mesmo conectados?

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BEGGIORA, Helito. Como fazer uma chamada de vídeo no Tinder. **TechTudo**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2020/10/como-fazer-uma-chamada-de-video-no-tinder.ghtml>. Acesso em: 10 maio 2021.

BUCHANAN, Elizabeth A.; ZIMMER, Michael. Internet Research Ethics. **Stanford Encyclopedia of Philosophy**. 12 de jan. 2021 Stanford.edu. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-internet-research/>. Acesso em: 5 jul. 2021.

CHAN, Julia. Top Grossing Apps Worldwide for June 2020. **Sensor Tower Blog**. 07 de jul 2020. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/top-grossing-apps-worldwide-june-2020>. Acesso em: 24 abr. 2021.

COSTA, Cristiane. ParPerfeito ou Cartas de Amor Para Estranhos. **Par Perfeito**. Disponível em: <https://projetoparperfeito.wixsite.com/siteparperfeito>. Acesso em: 13 Jul. 2021.

COVID-19 Map - Johns Hopkins Coronavirus Resource Center. **Johns Hopkins Coronavirus Resource Center**. Disponível em: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Acesso em: 2 jul. 2021.

CRUZ, Melissa. Pesquisa revela por que solteiros preferem aplicativos a sair para balada. **TechTudo**. 29 de maio 2017. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/05/pesquisa-revela-por-que-solteiros-preferem-aplicativos-a-sair-para-balada.ghtml>. Acesso em: 04 de maio 2021

DAVID, Gaby ; CAMBRE, Carolina. Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. **Social Media + Society**, v. 2, n. 2, p. 205630511664197, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116641976>. Acesso em: 13 jul. 2021.

DELGADO, Inês. Do Tinder à Bumble: quem é Whitney Wolfe Herd, que se tornou multimilionária aos 31 anos? **Público**. Disponível em: <https://www.publico.pt/2021/02/17/p3/noticia/tinder-bumble-whitney-wolfe-herd-tornou-multimilionaria-31-anos-1950783>. Acesso em: 12 Maio 2021.

DICIONÁRIO POPULAR. Stalkear: significado e como usar a gíria. **Dicionário Popular**. Disponível em: <https://www.dicionariopopular.com/stalkear/>. Acesso em: 1 Jun. 2021.

DUBEY, Shar. Match Group CEO Dubey on love in the time of covid-19. **BN**.

Bloomberg. 26 de jan 2021. Disponível em:
<https://www.bloomberg.com/news/videos/2021-01-26/match-group-ceo-dubey-on-love-in-the-time-of-covid-19-video>. Acesso em: 6 maio 2021.

GARTON, L.; HAYTHORNTHWAITE, C.; WELLMAN, B. Studying Online Social Networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Oxford, v. 3, n. 1, 1 jun. 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x>. Acesso em: 17 jun. 2021.

GWI. Match Media case study: knowing where to pivot in a crisis. **Gwi.com**. Disponível em: <https://www.gwi.com/case-studies/matchmedia>. Acesso em: 21 de abr. 2021.

KLEINMAN, Zoe. Covid vaccine stickers come to dating apps in UK. **BBC News**. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-57379034>. Acesso em: 7 jul. 2021.

KOZINETTS, R. V. Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing: como o conhecimento das mídias sociais gera inovação. 2010. Disponível em:
http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf. Acesso em: 17 de abr. 2021.

LOUBAK, Ana Letícia. Bumble: oito fatos sobre o app de relacionamento rival do Tinder. **TechTudo**. 19 de ago. 2019. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/listas/2019/08/bumble-oito-fatos-sobre-o-app-de-relacionamento-rival-do-tinder.ghtml>. Acesso em: 12 maio 2021.

LOUBAK, Ana Letícia. 17 gírias que surgiram na Internet nesta década. **TechTudo**. 13 de dez. 2019. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/listas/2019/12/17-girias-que-surgiram-na-internet-nesta-decada.ghtml>. Acesso em: 27 maio. 2021.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Rio de Janeiro: **Editora 34**, 1999.

MANZATO, Antonio; ADRIANA; SANTOS, Barbosa. A Elaboração de Questionários na Pesquisa Quantitativa. [s.l.]: , 2012/2. Disponível em:
http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf. Acesso em: 6 maio 2021.

MATCH, Group - Investor Relations. **Mtch.com**. Disponível em:
<https://ir.mtch.com/overview/default.aspx>. Acesso em: 6 maio 2021.

MATCH, Group. Our Company. **Mtch.com**. Disponível em: <https://mtch.com/ourcompany>. Acesso em: 4 maio de 2021.

MATTOS, Juliana. Netnografia não é jornalismo. A pesquisadora Adriana Amaral diz que o tempo de imersão diferencia os dois campos. **Jornal Zero**, n.19, UFRJ, 2011. Disponível em:
https://12f14f29-28f1-5217-e236-ac60e167d442.filesusr.com/ugd/0c6555_124d50331d1773b49485ac9f677d7857.pdf. Acesso em: 13 jul. 2021.

MONTEIRO, Rafael. GTA online recebe carnatinder com atrações surpresa e missões especiais. **TechTudo**. 12 fev. 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/02/gta-online-recebe-carnatinder-com-atracoes-surpresa-e-missoes-especiais.ghtml>. Acesso em: 7 jul. 2021.

PARODI, Bruno. O Tinder na pandemia: inovações nos encontros - Com Sabrina Zaremba. **Unmute 33**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9PIhVnK2Qus&list=PLIg0PQKu27uXnBTcie5-PeWNN1Eg7LpPq&index=2&t=1515s>. Acesso em: 24 abr. 2021.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós**. Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>. Acesso em: 25 de abr. 2021

PROCURANDO Nemo. Direção: Andrew Stanton, Lee Unkrich. Produção: John Lasseter, Jinko Gotoh, Graham Walters. Roteiro: Andrew Stanton, Bob Peterson, David Reynolds. Fotografia de Sharon Calahan, Jeremy Lasky. Estados Unidos: Pixar Animation Studios, 2003, Streaming.

RECUERO, Raquel. A conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador. *In*: Dulcilia Schroeder Buitoni, Roberto Chiachiri. (Org.). Comunicação, Cultura de Rede e Jornalismo. **1ed**. São Paulo: Almedina, 2012, v. 1, p. 259-274. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/raquelrecuerolivrocasper.pdf>. Acesso em: 8 maio 2021.

RECUERO, Raquel. Elementos para a análise da conversação na comunicação mediada pelo computador. **Verso e Reverso**, v. 2008/3, n. 51, 2008. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/raquelrecuerolivrocasper.pdf>. Acesso em: 25 de abr. 2021.

RECUERO, Raquel. Mapeando redes sociais na Internet através da conversação mediada pelo computador. [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/mapeando.pdf>. Acesso em: 25 de abr. 2021.

REUTERS. Nos EUA, Tinder (e companhia) avisa se *date* está vacinado. **Público**. Disponível em: <https://www.publico.pt/2021/05/25/p3/noticia/eua-tinder-companhia-avisa-date-vacinado-1963972>. Acesso em: 6 Jul. 2021.

SANITÁ, Karina. O que é Grindr? Veja como funciona o app para a comunidade LGBTQI+. **TechTudo**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/11/o-que-e-grindr-veja-como-funciona-o-app-para-a-comunidade-lgbtqi.ghtml>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SEPÚLVEDA, Rita; VIEIRA, Jorge. Lógicas de funcionamento do Tinder. Uma análise da aplicação e das percepções dos utilizadores. **Teknokultura**, v. 16, n. 1, p. 75–90, 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7028913>. Acesso em: 25 abr. 2021.

SHAW, Dougal. Coronavirus: Tinder boss says “dramatic” changes to dating. **BBC News**. 21 de maio 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-52743454>. Acesso em: 5 maio 2021.

SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da; GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro; CORREIA, Manuela Faia. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 13, n. 1, p. 57-71, mar. 2009. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rac/a/53D34kG3HrkH8zJhpjvZhTs/?lang=pt>. Acesso em: 21 abr. 2021.

SILVA, Tarcízio. Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código. **Assimetrias e (In)visibilidades: vigilância, gênero e raça**. [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em: <https://tarciziosilva.com.br/blog/wp-content/uploads/2019/07/racismo-algoritmo-e-microagressoes.pdf>. Acesso em: 20 de abr. 2021.

SOUZA COUTO, Edvaldo; DOURADO, Joana; DE SOUZA, França; *et al.* GRINDR E SCRUFF: AMOR E SEXO NA CIBERCULTURA 1. **Performances Interacionais e Mediações Sociotécnicas**. [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em: http://gitsufba.net/anais/wp-content/uploads/2013/09/13n1_grindr_49464.pdf. Acesso em: 4 jun. 2021.

TINDER owner bets on “summer of love” to lift revenue as curbs ease. **Reuters**. 4 maio 2021. Disponível em: <https://www.reuters.com/technology/tinder-owner-expects-revenue-boost-easing-curbs-fuel-summer-love-2021-05-04/>. Acesso em: 1 jun. 2021.

TINDER. Boost. **Tinder**. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt/articles/115004506186>. Acesso em: 8 maio 2021.

TINDER. Como posso criar uma conta no Tinder? **Tinder**. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt/articles/115003356706-Como-posso-criar-uma-conta-no-Tinder->. Acesso em: 25 abr. 2021.

TINDER - Dating, Make Friends and Meet New People Analytics - App Ranking and Market Share in Google Play Store | SimilarWeb. **Similarweb**. Disponível em: <https://www.similarweb.com/app/google-play/com.tinder/statistics/#mobileApps>. Acesso em: 5 maio 2021.

TINDER Revenue and Usage Statistics (2021). **Business of Apps**. Disponível em: <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/#8>. Acesso em: 5 maio 2021.

TINDER Revenue and Usage Statistics (2021). **Business of Apps**. Disponível em: <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/#4>. Acesso em: 6 jul. 2021.

TINDER. Subscrições do Tinder. **Tinder**. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt/articles/115004487406-Subscri%C3%A7%C3%B5es-do>

-Tinder. Acesso em: 8 maio 2021.

TURKLE, Sherry. **Alone Together**. Why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic Books, 2011.

WEISS, Isabel. Reflexões sobre a necessidade de conexão humana no isolamento social.

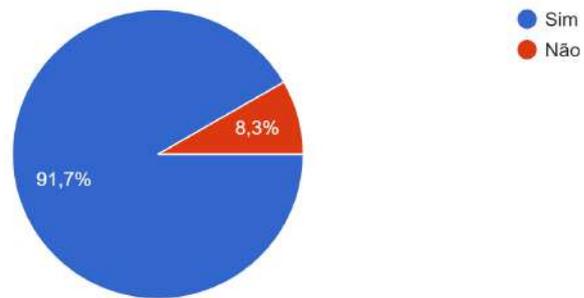
GPTW. 10 set. 2020. Disponível em:

<https://gptw.com.br/conteudo/artigos/necessidade-de-conexao-humana/>. Acesso em: 17 Jun. 2021.

6 ANEXO

Você usou o Tinder alguma vez na pandemia?

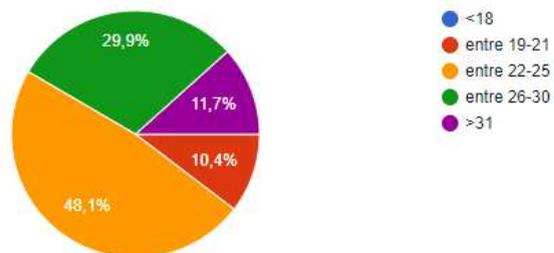
84 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Idade

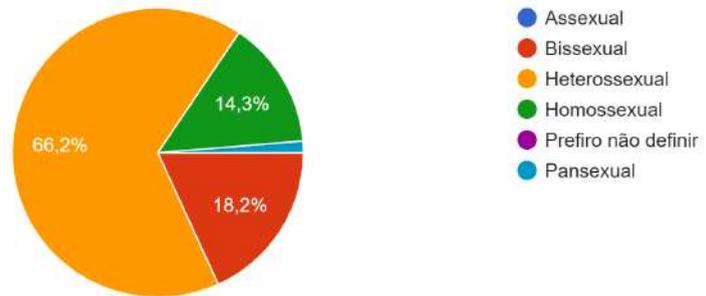
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Orientação Sexual

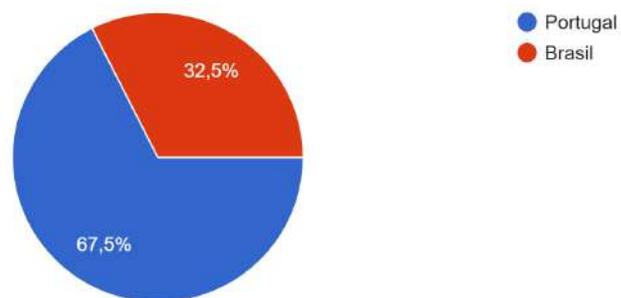
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

País que reside

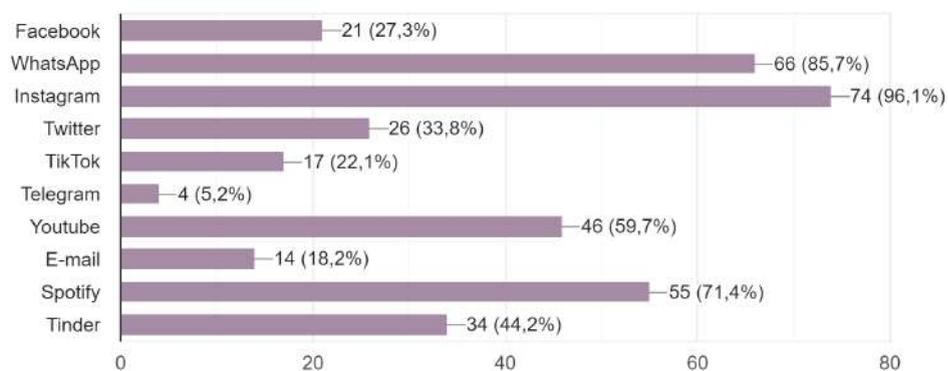
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Quais Apps você mais usa durante o isolamento social? (até 5)

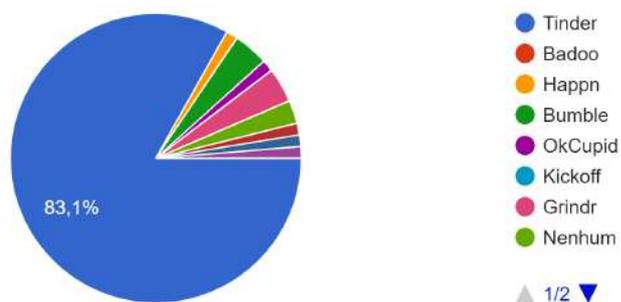
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Se fosse uma torcida de futebol, qual app estaria conquistando seu coração para defender?

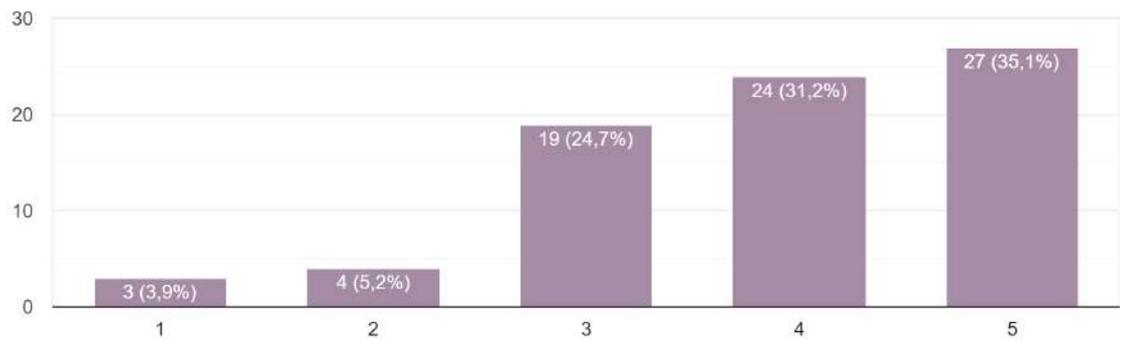
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Numa escala de 1 a 5, o quanto se considera aberto para conhecer pessoas e criar conexões reais em Apps de relacionamento?

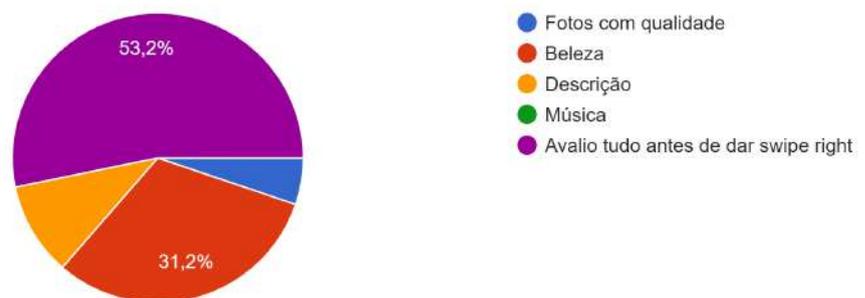
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Qual motivo principal de dar match em uma pessoa?

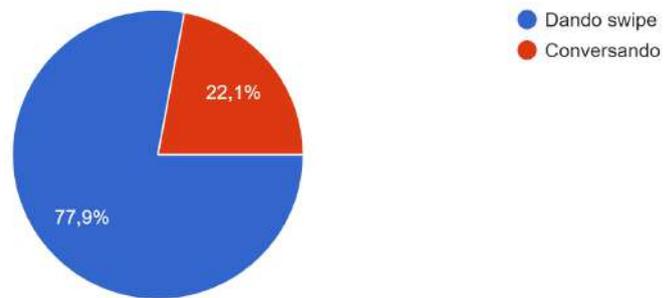
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

No Tinder você passa a maior parte do tempo:

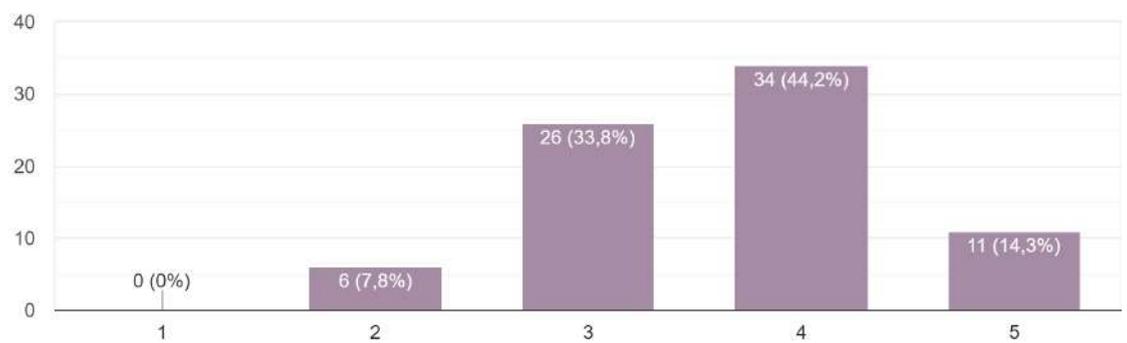
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Nessa escala de funcionamento, o quanto considera o aplicativo bom de utilizar

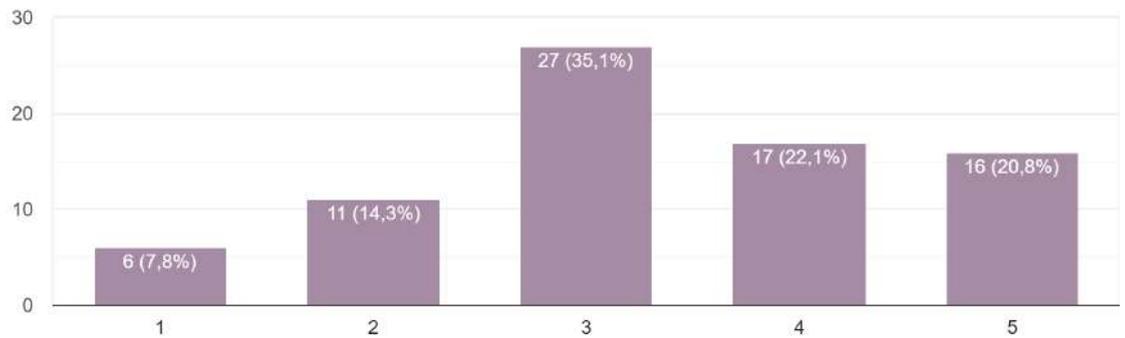
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Numa escala de 1 a 5 sua vida digital foi importante a que nível:

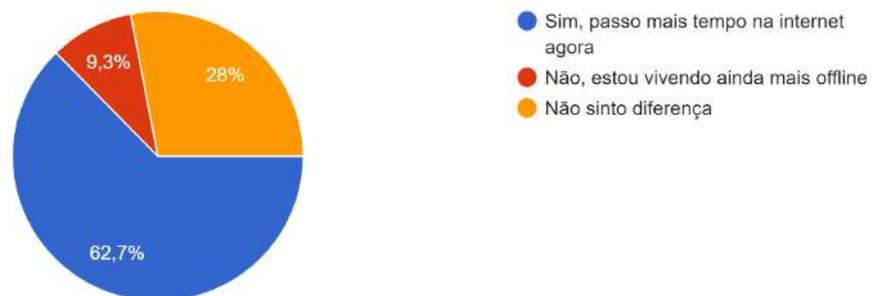
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Se sente mais conectado à internet agora?

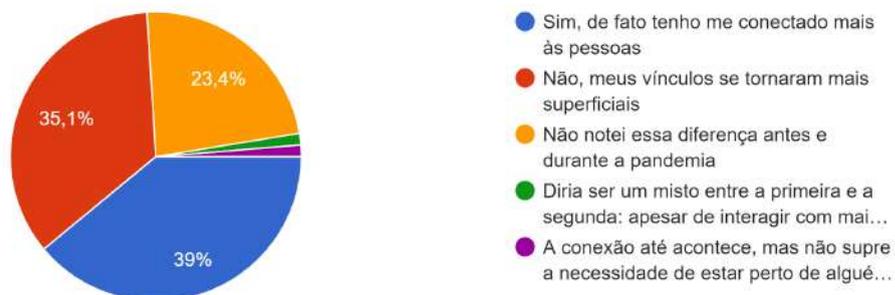
75 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Se sente mais conectado às pessoas com a ajuda da internet e mídias sociais?

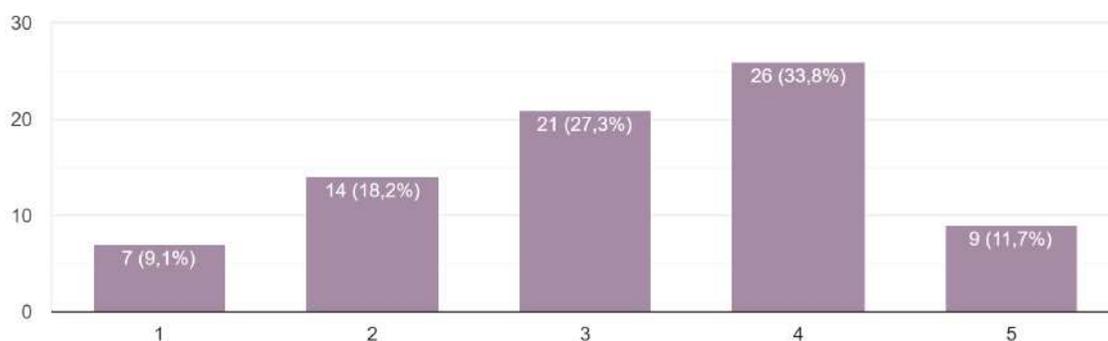
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

O quão importante você avalia ter aplicativos, como o Tinder, para criar novos vínculos durante a pandemia?

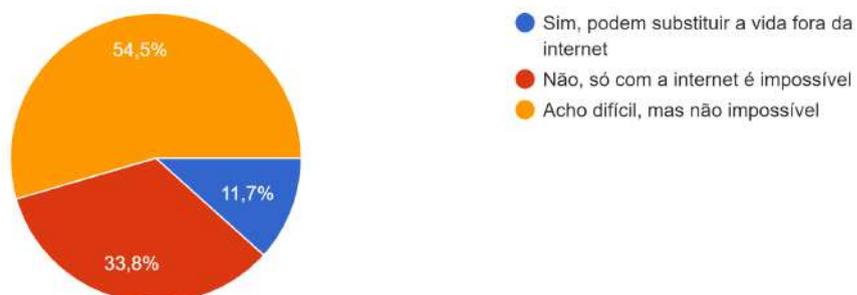
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Acha que vínculos feitos no ambiente digital podem ser tão fortes a ponto de substituir vínculos feitos na vida fora da internet?

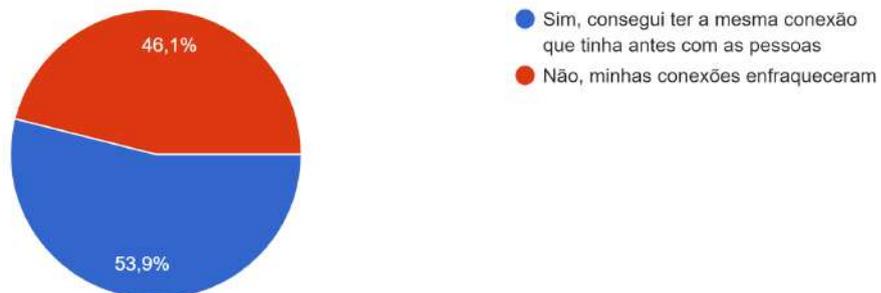
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Conseguiu manter boas relações por meio da internet?

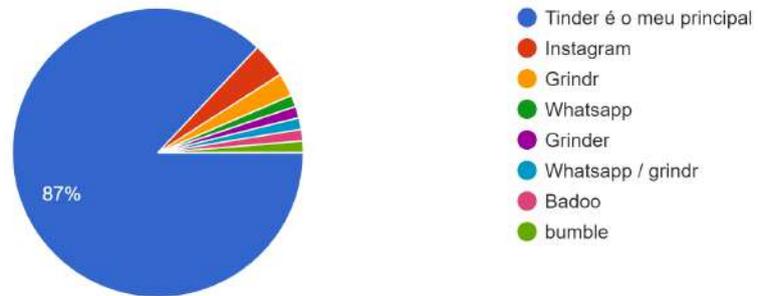
76 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Usa o Tinder como app principal para encontros? (se não, diga o app que usa como principal)

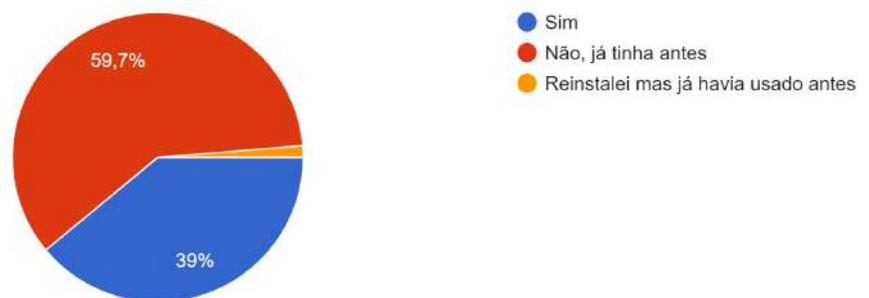
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Baixou o Tinder na pandemia?

77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Fala pra mim, com que frequência entra no Tinder?

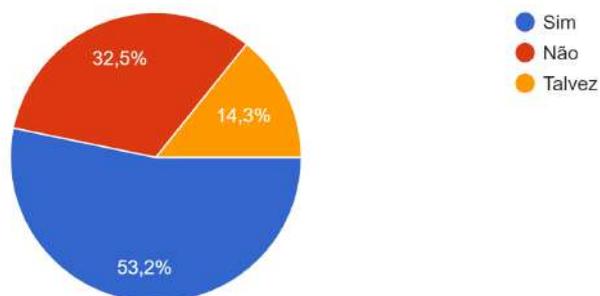
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Essa frequência aumentou durante a pandemia?

77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Conta aí, qual é sua intenção ao dar matches durante o isolamento?

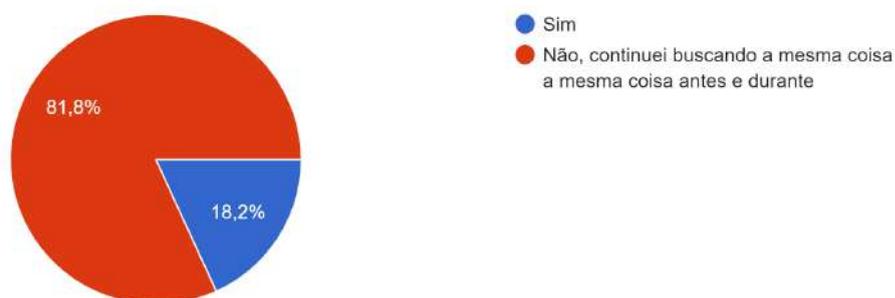
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Em comparação a antes da pandemia, suas intenções mudaram?

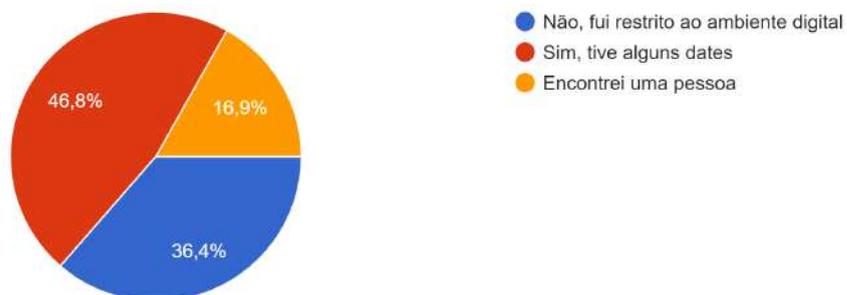
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Encontrou alguém durante o isolamento social? (não estou aqui para julgar)

77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Qual foi o motivo de não ter encontrado ninguém?

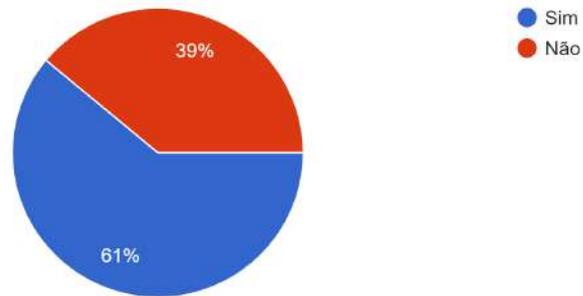
28 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Fez uso de algum recurso que o Tinder disponibilizou gratuitamente?

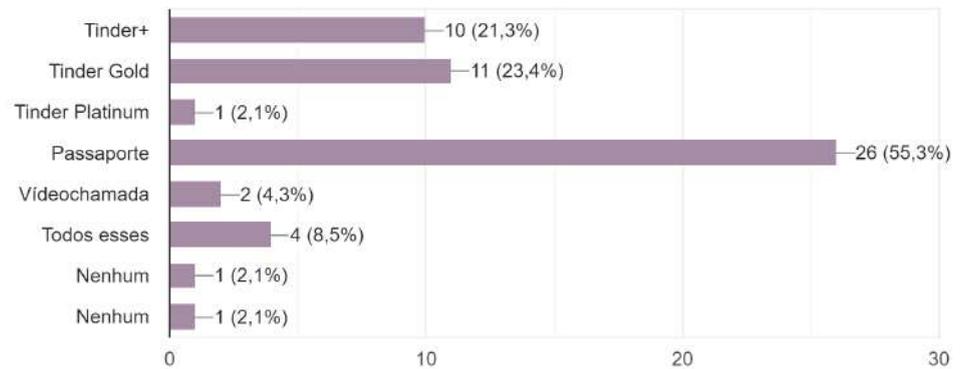
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Qual deles você utilizou durante a pandemia? (selecione até 3)

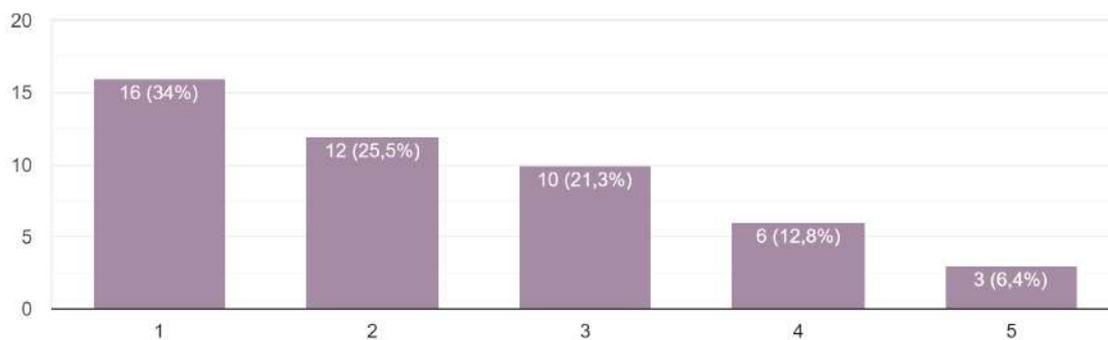
47 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Nessa escala, quanto acha que a videochamada funcionou como alternativa aos encontros físicos?

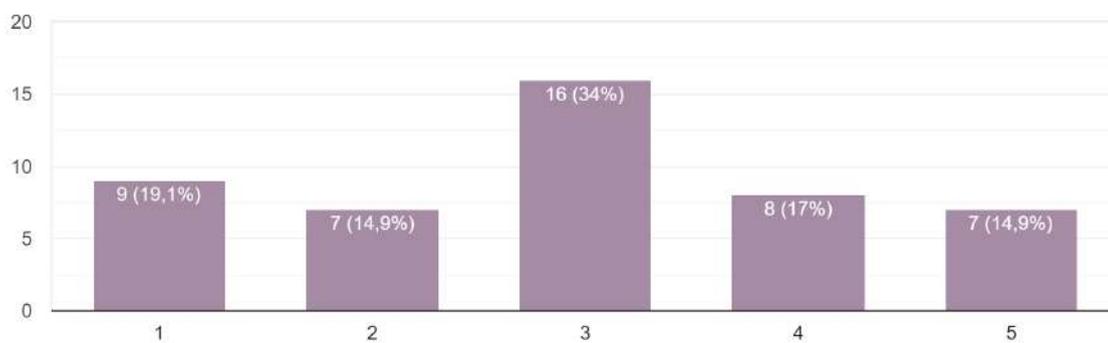
47 respostas



Fonte: elaborado pela autora

Em uma escala de 1 (horrrível) a 5 (excelente), como foi sua experiência ao usar o Tinder Passaporte?

47 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

O que achou da possibilidade de “ir para outros lugares” proporcionada pelo “Tinder Passaporte” durante a pandemia? Qual foi o efeito dela na sua busca por novos matches? Conta um pouquinho :)

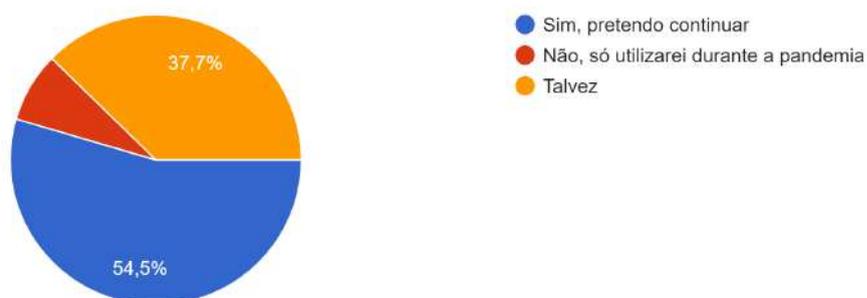
25 respostas

| |
|---|
| Não |
| Conta muito por podermos preparar uma viagem |
| Foi interessante para falar com pessoas que passavam pelo confinamento em diferentes partes do mundo mas pouco mais. |
| foi ótima, eu encontrei pessoas muito diferentes em outros lugares do mundo |
| Não utilizei |
| Foi interessante para ver o perfil das pessoas ao redor do mundo, mas não me interessa muito por conexões à distância, prefiro pessoas que teria chance de encontrar pessoalmente |
| Conhecer pessoas de outros lugares que não fossem somente próximas a mim. |
| Ter um contato maior com pessoas de outros países, dei match em vários gringos |

Fonte: elaborado pela autora

No pós pandemia, considera continuar usando o Tinder para dates?

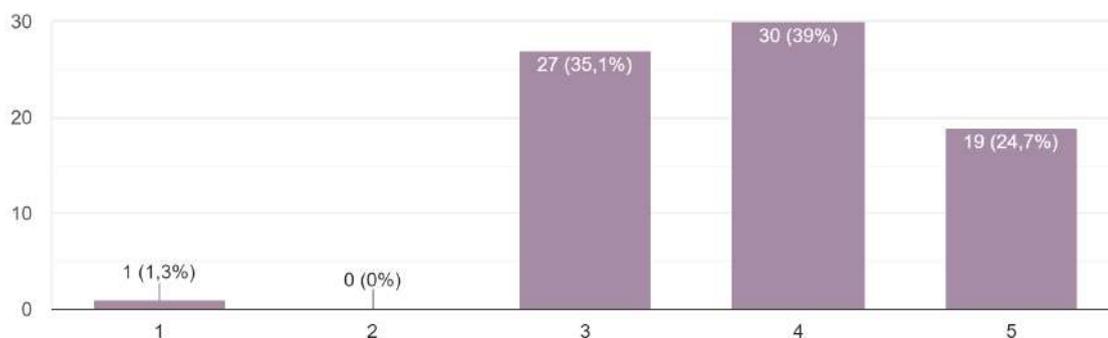
77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Nessa escala, considera que a pandemia mudou das pessoas em geral se relacionarem?

77 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Tem alguma história ou opinião sobre o Tinder na Pandemia? Me contaaaa!

20 respostas

tenho usado o tinder apenas pra saber meu possíveis matches, ja pensando em quando tudo voltar a ser presencial!!!!!!!!!!!!

Achei as pessoas mais dispostas a conversas mais longas, já que o lockdown impossibilita encontros.

encontrei pessoas e culturas diferentes a partir dele

Para mim virou muito mais um passatempo como qqr outra rede social

Creio que o uso da aplicação sofreu um grande aumento, devido lá está ao isolamento e com isso tornando algumas pessoas ainda mais apáticas e muitas com ideias muito pouco sólidas pois os próprios contornam a essência da sua pessoa fazendo assim um terceiro sentir ainda mais isolado. Pois cada pessoa procura oque necessita mediante as suas necessidades

Não, conheci pessoa e tive alguns dates

Me ajudou muito a conhecer e fazer amigos kkkkk ainda mais estando em um país novo

Fonte: Elaborado pela autora