

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO PAULO
JUVENAL JOÃO DE LIRA FILHO

A INFLUÊNCIA DOS APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO NA
FORMA COMO AS PESSOAS SE RELACIONAM

SÃO PAULO
2025

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO PAULO
JUVENAL JOÃO DE LIRA FILHO

A INFLUÊNCIA DOS APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO NA
FORMA COMO AS PESSOAS SE RELACIONAM

Trabalho submetido como exigência
para obtenção do Grau Tecnólogo
em Análise e Desenvolvimento de
Sistemas Orientador: Maurício
Amaral

SÃO PAULO
2025

“Na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte.”

Zygmunt Bauman

RESUMO

A construção desse trabalho se dá pelo anseio em analisar e compreender os relacionamentos contemporâneos, sua liquidez, como eles se desenvolvem e possíveis consequências, dada a imensa quantidade de acesso à informação e meios para tal, como Instagram, Facebook, Whatsapp ou mesmo aplicativos especificamente desenvolvidos para buscar relacionamentos afetivos como o Tinder, Bumble ou outros. Para alcançar maiores esclarecimentos acerca do tema e suas inúmeras nuances, serão utilizados artigos, trabalhos acadêmicos e livros localizados no meio digital a partir de fontes confiáveis como Google Acadêmico ou SciELO, de onde serão usadas referências no que diz respeito ao comportamento humano e o uso das tecnologias para relacionar-se.

Palavras-chave: Relacionamentos contemporâneos, Acesso à informação, Liquidez.

ABSTRACT

This study arises from the desire to analyze and understand contemporary relationships their fluidity, how they develop, and their potential consequences given the vast access to information and the many tools available for this purpose, such as Instagram, Facebook, WhatsApp, or even apps specifically designed to foster romantic connections, like Tinder, Bumble, and others. To explore the topic more deeply and its numerous nuances, the research will draw upon articles, academic papers, and books accessed through reliable digital sources such as Google Scholar and SciELO. These references will provide insights into human behavior and the role of technology in shaping affective relationships.

Keywords: Contemporary relationships, Access to information, fluidity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Instagram na loja virtual Playstore	13
Figura 2 - Tinder na loja virtual Playstore	14
Figura 3 - WhatsApp na loja virtual Playstore.....	15
Figura 4 - Formulário para coleta de dados, inciando pelo sexo e faixa etária	17
Figura 5 - Formulário para coleta do estado civil dos participantes e levantamento de grau de utilização de redes sociais	18
Figura 6 - Formulário para levantamento da utilização de redes sociais e grau de dificuldade em desenvolver relacionamento sem esses apps	19
Figura 7 - Formulário para entender parte da experiência dos usuários de apps de relacionamento	20
Figura 8 - Imagem que ilustra parte da interface da rede social Instagram	23
Figura 9 - Imagem que ilustra a interface do Tinder	26
Figura 10 - Categorias de assinatura expostas no site e aplicativos do Tinder	27

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Sexo.....	32
Gráfico 2 - Qual sua faixa etária?	32
Gráfico 3 - Você está em algum relacionamento amoroso?	33
Gráfico 4 - Se sim, onde conheceu essa pessoa?	33
Gráfico 5 - Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente (com interesse romântico)?	34
Gráfico 6 - Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente (sem interesse romântico)?	35
Gráfico 7 - Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver um relacionamento amoroso	35
Gráfico 8 - Você já entrou em um relacionamento (amoroso) com uma pessoa que conheceu virtualmente?.....	36
Gráfico 9 - Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver qualquer tipo de relacionamento (incluindo amizades)	37
Gráfico 10 - Se já usou aplicativo de relacionamento em média quantas "curtidas" você recebeu ou teve acumuladas?	38
Gráfico 11 - Você já sentiu que os apps de relacionamento interferem na quantidade de pessoas que curtem seu perfil enquanto você não assina algum plano?.....	39
Gráfico 12 - Desenvolver relacionamentos sem redes sociais no contexto masculino da pesquisa	40
Gráfico 13 - Desenvolver relacionamentos sem redes sociais no contexto feminino da pesquisa.....	40
Gráfico 14 - Apps de relacionamento são manipulados? - Homens.....	41
Gráfico 15 - Apps de relacionamento são manipulados? - Mulheres	42
Gráfico 16 - Média de curtidas na perspectiva masculina da pesquisa	43
Gráfico 17 - Média de curtidas na perspectiva feminina da pesquisa.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APP – Application (Aplicação/aplicativo)

ISP – Isolamento Social Percebido

SUMÁRIO

RESUMO	4
ABSTRACT	5
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	6
LISTA DE GRÁFICOS	7
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	8
SUMÁRIO	9
1. INTRODUÇÃO	10
2. JUSTIFICATIVA	11
3. OBJETIVOS	12
3.1 OBJETIVOS GERAIS	12
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
4. METODOLOGIA	12
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
6. MAS AFINAL O QUE É UMA REDE SOCIAL?	20
7. A VIRTUALIZAÇÃO DOS RELACIONAMENTOS	22
8. O RELACIONAMENTO COMO OBJETO DE CONSUMO	25
9. OS PERIGOS DAS REDES SOCIAIS	28
9.1 CRIMES VIRTUAIS	28
9.2 REFLEXOS PSICOLÓGICOS DAS REDES SOCIAIS	29
10. A FRAGILIDADE DOS LAÇOS MODERNOS	30
11. ANÁLISE DE RESULTADOS	31
CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	46

1. INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da humanidade e suas convenções sociais, as formas de se comunicar e de manter relacionamentos sofreram modificações, antes muito mais presenciais, conforme o trecho “Ao buscarmos o conceito de sociabilidade, retomamos um pouco dos aspectos relacionados às ‘sociabilidades’ vividas antes da internet. Vimos que a sociabilidade inicialmente era muito mais presencial e atualmente mais mediada” (NOGUEIRA et al., 2016, p. 2), mediação essa que se faz, principalmente, através da internet na atualidade.

Temos como um dos fatores principais para o direcionamento da sociabilidade e relacionamentos para o meio virtual, o advento e aumento de popularidade de computadores, microcomputadores e dispositivos móveis com acesso à internet contendo diversos sites e aplicativos de redes sociais amplamente difundidas, isto é, com alta aderência do público e que fazem parte da vida de muitos indivíduos, como afirmam os autores:

A internet vem se expandindo gradativamente no Brasil e a cada dia mais e mais pessoas estão conectadas nesse novo universo virtual e grande parte delas possui uma conta em alguma rede social (Facebook, Twitter, blogs, entre outros) mudando gradualmente o paradigma da comunicação (ALMEIDA et al., 2014, p. 3).

A internet e os aplicativos de redes sociais ou de relacionamento possibilitam maior interação e comunicação entre um público amplo, muitas vezes composto por pessoas que, fora do ambiente virtual, não apresentam traços comunicativos, não se sentem pertencentes a um grupo ou optam pela comodidade do contato digital. É justamente nesses casos, marcados pela dificuldade de interação presencial, que esses aplicativos demonstram maior eficácia, tornando a comunicação mais acessível e viável.

Quando abordamos os algoritmos que compõem o programa enquanto aspectos culturais “compostos por práticas humanas coletivas” (Seaver 2017:05, tradução minha), ou seja, concretizados a partir das práticas usadas pelas pessoas para se engajarem com eles, é possível encarar o Tinder como ambiente dotado da intenção projetada de estimular a descoberta social on-line, cujo significado simbólico marcante alude à busca e ao encontro afetivo-sexual. A facilitação do contato, da expressão de si e da autorrevelação para um outro que provavelmente não se encontraria sem a mediação tecnológica

são marcas características do aplicativo para os/as usuários/as que conheci. (Santos, 2021, p. 8).

Além disso, devido a crescente democratização da internet, tornou-se muito comum conhecer pessoas virtualmente o que acabou criando uma nova forma de relacionamento, o relacionamento virtual. Nos últimos anos, tem se tornado comum o fato de amigos virtuais se conhecerem ou mesmo de casais se formarem a partir de aplicativos de relacionamento, e muito disso se deve a maneira como há uma influência mútua entre o indivíduo e a tecnologia, como um “processo evolutivo” ou de adaptação, onde, para atingir a comunicação efetiva o indivíduo utiliza de meios tecnológicos fortemente difundidos. A maneira e a velocidade como os relacionamentos se desenvolvem e até são desfeitos pode ser compreendida também pela liquidez dos relacionamentos, ou “amor líquido”, conceito criado por Zygmunt Bauman, que visa explicar as características das relações contemporâneas e também suas prováveis origens. Dessa forma, é importante refletir não apenas sobre as vantagens de relacionamentos virtuais como também suas possíveis desvantagens e consequências.

Com os atuais comportamentos e tendências as quais podemos observar na sociedade contemporânea, é possível realizar indagações como, “É possível que a humanidade se torne dependente de um meio virtual para se relacionar?”, por exemplo. A partir da incógnita que é o futuro, desenvolvem-se diversos outros estudos que visam explicar os comportamentos atuais, tal qual, explicar suas possíveis consequências e/ou projeções para o futuro.

2. JUSTIFICATIVA

Com a quantidade de tecnologias existentes e amplamente difundidas nas mais diferentes esferas da sociedade como medicina, educação, natureza, etc, torna-se importante observar e estudar também uma das principais características do homem enquanto espécie, o relacionamento - evidentemente oriundo da comunicação, verbal ou não - e, nesse contexto, suas modificações e adaptações para o período altamente dinâmico em que vivemos pensando

na forma como os vínculos afetivos são moldados a partir de aplicativos de redes sociais.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GERAIS

Analisar de forma mais incisiva e analítica a maneira como as pessoas desenvolvem relacionamentos atualmente considerando o impacto das novas tecnologias que se fazem cada vez mais presentes no contexto atual, de modo a alcançar uma reflexão em relação as possíveis consequências (positivas ou não) de um, relativamente novo, modo de iniciar, manter e até mesmo finalizar relacionamentos, amorosos ou não.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Apresentar um panorama de surgimento e então disseminação das redes sociais e aplicativos de relacionamento;

Analisar na prática a incidência de uso de aplicativos de relacionamento e sua eficácia na formação de vínculos afetivos;

Apresentar o conceito de amor líquido e seu reflexo no contexto dos relacionamentos contemporâneos;

Apresentar possíveis consequências ou perigos do uso de tais aplicativos, especialmente no contexto do Brasil;

4. METODOLOGIA

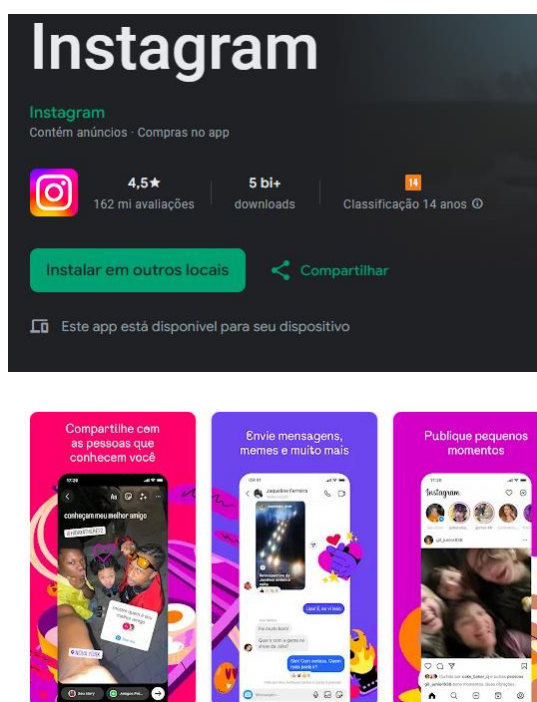
Para o desenvolvimento da seguinte pesquisa, foi utilizada metodologia de pesquisa “revisão bibliográfica” para assim obter uma análise mais concisa e embasada apoiada em estudos já existentes possivelmente fazendo o uso pertinente de citações.

Além disso, buscando resultados mais realistas e que sirvam de fomento para as informações aqui apresentadas, utilizei de uma breve pesquisa de campo que será complementar às informações levantadas em revisão bibliográfica. Buscando trazer uma maior contextualização acerca do tema

discutido, faz-se necessária apresentação de alguns dos principais sistemas que serão amplamente referenciados durante o decorrer da pesquisa.

De acordo com a Playstore (2025) o aplicativo Instagram foi lançado em 3 de abril 2012, atualmente (22 e abril de 2025) conta com mais de 5.000.000.000 de downloads, tendo como descrição de finalidade na loja virtual “Conecte-se com amigos, encontre outros fãs e veja o que as pessoas ao seu redor estão fazendo e curtindo. Explore seus interesses e publique o que está acontecendo na sua vida, desde momentos diários a grandes eventos.” (Playstore, 2025) na prática é uma rede social amplamente utilizada para publicar fotos ou vídeos pessoais, conversar através de chats privados ou grupos além de postar ou visualizar “reels” que são vídeos no formato rápido (em geral com menos de 60 segundos – Podendo se estender a 3 minutos).

Figura 1 - Instagram na loja virtual Playstore



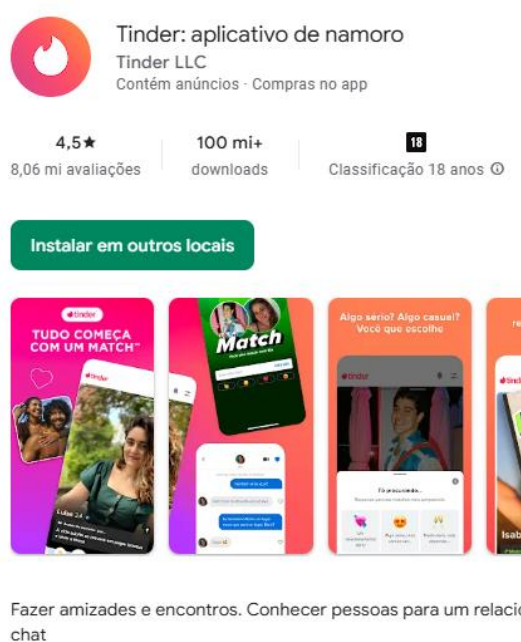
Fonte: Playstore (2025)

O Tinder é um aplicativo de namoro e rede social que foi lançado em 15 de julho de 2013 (Playstore) e atualmente (28 de abril de 2025) conta com mais de 100.000.000 downloads e, conforme descrição na loja virtual:

Com mais de 70 bilhões de matches até hoje, o é o principal site gratuito de relacionamento e o melhor lugar pra conhecer gente nova. Está procurando um amor verdadeiro? Alguém pra curtir? Ou só sair, fazer amigos e conhecer pessoas novas? Com o Tinder, você pode conhecer pessoas novas em qualquer lugar e aproveitar ao máximo seus dates: No Tinder, você pode ser você mesmo! Não importa se é hétero, gay, bissexual ou tem outra orientação sexual. Aqui você pode encontrar o seu match. (Playstore, 2025)

Nele, em resumo, são utilizadas fotos para apresentar-se além de uma breve autodescrição, os perfis são apresentados de acordo com a distância de localização e então caso haja uma interação de “curtidas” mútua (um “match”, como é chamado no aplicativo) o indivíduo pode entrar em contato com o outro através de um chat. Pode ser utilizado tanto para buscar relacionamentos amorosos quanto para novas amizades, contudo, possui ênfase principalmente em namoro.

Figura 2 - Tinder na loja virtual Playstore



Fonte: Playstore (2025)

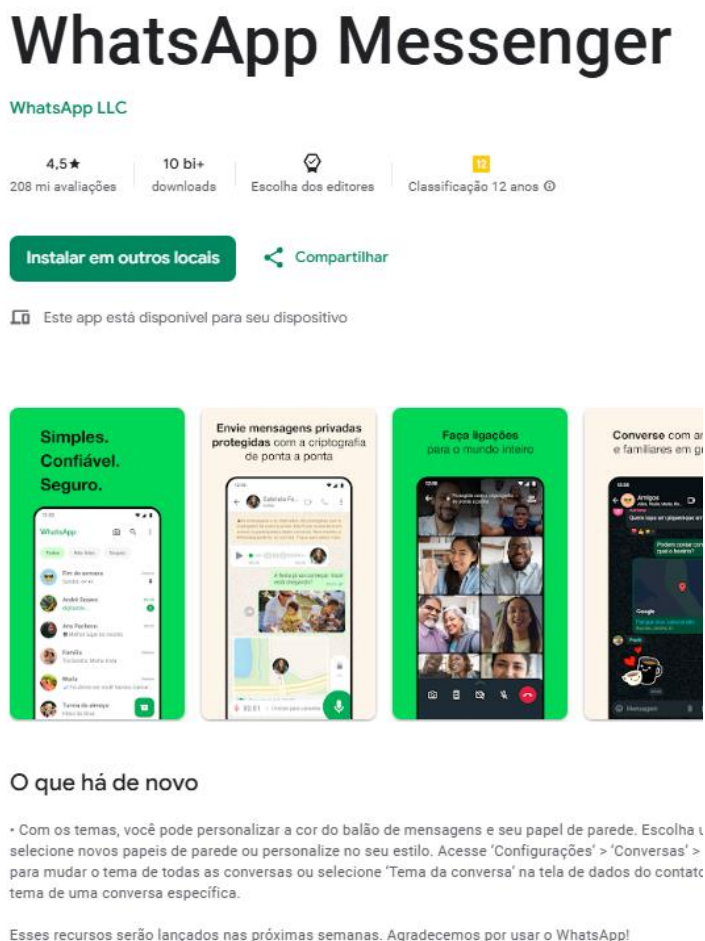
O Whatsapp é um aplicativo gratuito de mensagens e chamadas de vídeo da empresa Meta que foi lançado em 18 de outubro 2010 (Playstore)

amplamente utilizado no Brasil e no mundo, contando atualmente com mais de 10.000.000.000 downloads:

[...] é usado por mais de 2 bilhões de pessoas em mais de 180 países. O app é simples, confiável e privado, e ajuda você a manter contato com seus amigos e familiares. O WhatsApp está disponível para celular e computador, não cobra tarifas de assinaturas* e funciona mesmo se sua conexão à internet for lenta.” (Playstore, 2025).

Sendo um dos principais meios de comunicação e rede social da atualidade, justamente pelas características supracitadas, especialmente devido a ampla adesão do público.

Figura 3 - WhatsApp na loja virtual Playstore



Fonte: Playstore (2025)

Nas apresentações acima foram citados exemplos de aplicativos apenas do sistema operacional Android, contudo, esses mesmos aplicativos estão presentes na App Store (com sistema IOS) com descrições e características bastante parecidas, se não idênticas.

Esses exemplos servem para contextualizar o leitor acerca do que são as redes sociais utilizadas na atualidade, além disso, foi pensando nelas e em outros aplicativos semelhantes que podem trazer resultados relevantes para o presente trabalho que foi criado um questionário para buscar resultados em uma pesquisa de campo. Sendo composto através de um formulário do Google com o seguinte link de acesso: <https://docs.google.com/forms/d/12Z68mu1GjCtPmiSk2F9R4wJdONRDBmc48tCfLfqxLk/edit>

Vale ressaltar que a depender da data na qual este trabalho esteja sendo lido a consulta desse link pode não estar mais disponível.

Para estruturação do formulário utilizei de 9 questões de múltipla escolha e 2 de escala (onde o usuário deve escolher de 1 a 10 em uma escala) buscando ser o mais objetivo possível. A partir dos resultados da pesquisa foi gerada uma planilha contendo os dados os quais foram manejados de forma a obtermos informações precisas acerca do tema.

Figura 4 - Formulário para coleta de dados, iniciando pelo sexo e faixa etária

TCC - A influência das redes sociais nos relacionamentos

Olá, eu sou o Juvenal Lira e estou finalizando o curso de ADS na Fatec SP, dessa forma, gostaria de sua ajuda respondendo este breve questionário que me ajudará a compor uma base prática e realista acerca do tema "A influência das redes sociais nos relacionamentos" abordado em meu trabalho de conclusão de curso. Lembrando que as respostas não serão utilizadas para fins comerciais.

Caso a pergunta não seja aplicável, basta não respondê-las.

** Indica uma pergunta obrigatória*

Sexo: *

☐ Masculino

☐ Feminino

☐ Outro

☐ Prefiro não informar

Qual sua faixa etária? *

☐ Até 18 anos

☐ De 19 a 24

☐ De 25 a 30

☐ Mais de 30

Fonte: Própria (2025)

Figura 5 - Formulário para coleta do estado civil dos participantes e levantamento de grau de utilização de redes sociais

Você está em algum relacionamento amoroso? *

☐ Estou solteiro(a)

☐ Estou "ficando"

☐ Estou namorando

☐ Sou casado(a)

☐ Outro

Se sim, onde conheceu essa pessoa?

☐ Pessoalmente (festas, eventos, trabalho e etc.)

☐ Virtualmente (Instagram, Discord, Tinder, Bumble, etc)

Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente *
(com interesse romântico)?

☐ Sim

☐ Não

Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente *
(sem interesse romântico)?

☐ Sim

☐ Não

Fonte: Própria (2025)

Figura 6 - Formulário para levantamento da utilização de redes sociais e grau de dificuldade em desenvolver relacionamento sem esses apps

Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver um relacionamento amoroso: *

[Considere 1 muito fácil e 10 muito difícil]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Você já entrou em um relacionamento (amoroso) com uma pessoa que conheceu virtualmente? *

☐ Sim

☐ Não

Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver qualquer tipo de relacionamento (incluindo amizades): *

[Considere 1 muito fácil e 10 muito difícil]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fonte: Própria (2025)

Figura 7 - Formulário para entender parte da experiência dos usuários de apps de relacionamento

Se já usou aplicativo de relacionamento em média quantas "curtidas" você recebeu ou teve acumuladas?

- ☐ 0 curtidas
- ☐ 1 a 20
- ☐ 21 a 50
- ☐ 50 a 80
- ☐ Mais de 80

Você já sentiu que os apps de relacionamento interferem na quantidade de pessoas que curtem seu perfil enquanto você não assina algum plano?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei opinar

Fonte: Própria (2025)

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para buscar e compreender as possíveis consequências das redes sociais nos relacionamentos é fundamental entender inicialmente o que é uma rede social, um relacionamento e como se deu sua virtualização.

6. MAS AFINAL O QUE É UMA REDE SOCIAL?

Embora o termo “Rede social” já esteja muito conhecido atualmente e usado corriqueiramente, é importante entender sua origem e suas perspectivas para termos um panorama mais completo de sua relevância na atualidade.

Inicialmente o termo “rede social” não era conhecido, isso porque antes as redes sociais e de comunicação eram baseadas unicamente no termo

“mídias” que posteriormente passaram a ser complementadas com termos mais específicos, conforme destacam as autoras:

Segundo Santaella (2003), foi por volta do início dos anos de 1990 que, num sentido mais estrito, mídia se referia especificamente aos meios de comunicação de massa, especialmente aos meios de transmissão de notícias e informação, tais como jornais, rádio, revistas e televisão. Também se passou a chamar de mídias todos os meios de que a publicidade se serve, desde outdoors até as mensagens publicitárias veiculadas por jornal, rádio, TV. Em todos esses sentidos, a palavra “mídia” se referia aos meios de comunicação de massa. (Santaella, 2003, apud Vermelho et al., 2014, p.5)

Em resumo, houve uma ampla discussão acerca do termo por volta dos anos 90 devido a esse meio de comunicação emergente, sendo inicialmente conhecido como “novas mídias” dado que se trata de uma forma inovadora de se comunicar, especialmente se comparada a suas “antecessoras” como o jornal impresso, rádio e TV que, em dado momento, também foram consideradas “novas mídias”, conforme afirmam:

Contudo, o mesmo autor alerta para o fato de que as velhas mídias já foram consideradas novas e não eram digitais. Eram eletrônicas e de massa. E indaga se esse conceito de novas mídias também não seria algo incorreto, já que pode se tornar defasado com o tempo e ter que ser modificado assim que cada nova mídia surgir. (Dizard Jr., 2000, apud Vermelho et al., 2014, p.6)

Sendo assim, o termo “novas mídias” ainda não contemplava toda a amplitude do que de fato é uma rede social. Foi especialmente no contexto brasileiro que o termo “redes” passou a ser referenciado, com os autores elucidando:

Quem adota o termo ‘redes’, como os autores Pretto e Silveira (2008), lembra que este tem servido como metáfora para a reflexão sobre princípios de organização social, política, econômica, cultural e educacional. A palavra vem do latim *retis*, que significa entrelaçamento de fios com aberturas regulares que formam uma espécie de tecido. Por isso seu emprego em diferentes situações e em aplicações nos mais diversos campos de conhecimento. (PRETTO et al., 2008, apud VERMELHO et al., 2014, p.186)

Por fim, após inúmeras divergências e discussões no que diz respeito ao termo, a expressão que foi melhor aceita mundialmente para esse novo meio de comunicação foi “redes sociais digitais”, “[...]o grupo de pesquisa compreendeu que o conceito que melhor expressa o aparato tecnológico e os processos comunicacionais realizados a partir dessa base física está sob a

rubrica de ‘rede social digital’.” (VERMELHO et al., 2014, p.9). O grupo também chegou a uma definição mais precisa acerca do termo sendo ela:

Em síntese, o grupo formulou o conceito de “rede social digital” como a macroestrutura tecnológica que dá suporte a um conjunto de atores sociais (sujeitos e instituições) conectados por laços sociais (BATISTA, 2012; RAHME, 2010; FREUD, 1976, 1997), os quais são formados, mantidos e reforçados (ou não) por meio de interações sociais (VYGOTSKY, 1989, 1987; BAKHTIN, 1988; LURIA, 1987). As interações são concretizadas, realizadas dentro de uma relação de troca de conteúdos. Estes podem ser criados pelas mais diferentes linguagens disponíveis no formato digital: textual, sonora, audiovisual e imagética. Estas ferramentas potencializam a manutenção e a expansão dos laços sociais, além de ajudarem a visualizar as redes de relacionamento das quais cada sujeito faz parte. (BATISTA, 2012, RAHME, 2010, FREUD, 1976, 1997, VYGOTSKY, 1989, 1987, BAKHTIN, 1988, LURIA, 1987, apud VERMELHO et al., 2014, p.188).

Após o recorrido, podemos observar que o que temos de softwares de redes sociais e aplicativos de relacionamento atualmente se enquadram ambos nas definições das palavras, de modo a possibilitar a troca de conteúdos digitais através de textos, imagens, áudios, vídeos etc. Gerando essa “expansão de laços sociais” citada pelos autores.

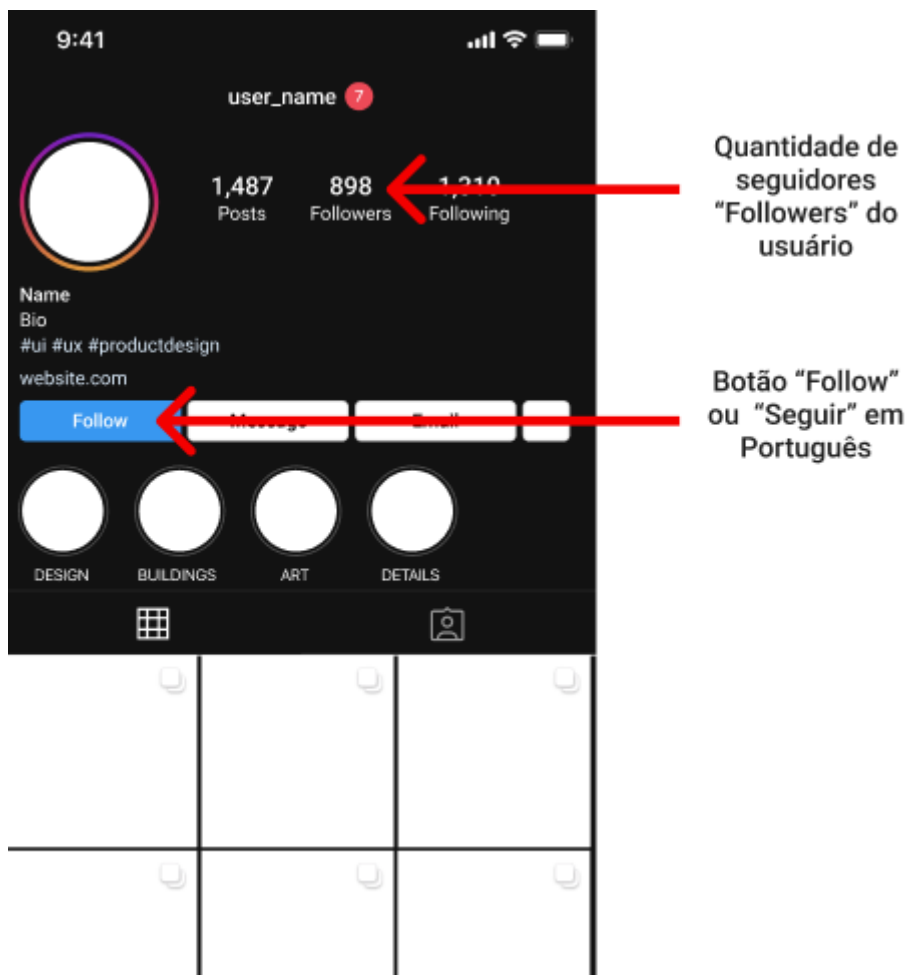
7. A VIRTUALIZAÇÃO DOS RELACIONAMENTOS

Para elucidar as possíveis influências das redes sociais nos relacionamentos precisamos nos ater ao que é um relacionamento para então compreender sua virtualização. Em definição relacionamento é o “Ato de se relacionar, de estabelecer uma ligação, uma conexão com algo ou alguém: relacionamento entre a teoria e a prática.” (Dicio, 2025), mesmo sem pensarmos no lado mais filosófico/sociológico do termo, temos que o relacionamento é então uma forma de estabelecer conexões/ligações com outros, característica essa, que se encontra muito presente em nossa realidade atual, contudo, nem sempre de forma orgânica através de conversas pessoais ou encontros casuais, mas sim em através de meios virtuais, onde o indivíduo tem a capacidade de fazer ou desfazer conexões de maneira muito simplificada. Conforme:

A Internet, como telecomunicação, criou possibilidades de relacionamento interpessoal diferentes das antigas cartas e do não tão antigo telefone. Com o anonimato e a participação voluntária em chats de conversação, foram

iniciadas amizades que evoluíram, em alguns casos, para relacionamentos íntimos. (COLETA Et Al., 2008, p.279)

Figura 8 - Imagem que ilustra parte da interface da rede social Instagram



Fonte: Própria (2025)

Ao analisarmos a página inicial de uma conta do Instagram por exemplo, é possível identificar que com um simples clique uma conexão é feita ou desfeita, além disso a quantidade de seguidores, isto é, de relacionamentos, fica exposta ao público, e são tomados como sinal de relevância dentro da plataforma.

Se observamos rapidamente podemos notar sem grandes dificuldades que a virtualização dos relacionamentos, isto é, a mudança do mundo real para o meio virtual de fato aconteceu e acontece em determinados níveis. Não apenas no âmbito dos relacionamentos, podemos observar que muitas atividades que antes faziam parte do dia a dia podem facilmente ser substituídas por um app em seu smartphone, seja pedir uma refeição, um

remédio, fazer compras para a casa e até mesmo comprar veículos automotivos são realidades que a internet possibilitou.

As inovações tecnológicas no campo da informática facilitaram mudanças comportamentais. Assim, refeições são entregues em casa, compras são feitas através do telefone, as idas ao cinema foram em grande parte substituídas pela diversão através do vídeo e, mais recentemente, pelo DVD (Digital Vídeo Disc). A terceirização dos serviços fez com que mais e mais pessoas pudessem trabalhar em casa, comunicando-se com o mundo exterior através de seu próprio computador (Guimarães, 2002). Além disso, segundo Guimarães (2002), o medo da violência fez com que a socialização ficasse cada vez mais difícil. Dessa forma, para suprir essa necessidade de contato intelectual, social e afetivo, algumas pessoas, que hoje são milhões, foram aderindo a essa nova maneira de se comunicar, de fazer novas amizades: os “chats” de conversação.” (COLETA Et Al., 2008, p.279)

Conforme o trecho da autora esse movimento de virtualização se mostra presente já a algum tempo, além disso, é possível notar que em pouco mais de 17 anos algumas realidades emergentes já foram modificadas e até já caíram em desuso dada a celeridade com que a sociedade evolui tecnologicamente. Entretanto, ainda assim é possível notar que alguns dos motivos para a virtualização dos relacionamentos ainda se mantêm até hoje, como a segurança, a necessidade de contato social, intelectual e afetivo inerente aos seres humanos e principalmente a comodidade visto que não é necessária uma exposição real para estabelecer relações, mas, agora através de redes sociais mais aprimoradas e que utilizam de métodos mais avançados tecnologicamente, buscando despertar ainda mais os anseios e gatilhos dos usuários. Tudo isso ligado a maior democratização da internet alavancada também pela indústria conforme o artigo dos anos 90:

A Internet é uma comunidade em rápida expansão, que recebe diariamente novos adeptos e abre um novo território para os empresários do ciberespaço (ciberempresários). Essas pessoas ligaram-se à Internet como uma forma de vender produtos e prestar serviços a mercados muito mais amplos do que era possível anteriormente. (Maloff, 1997, p.1)

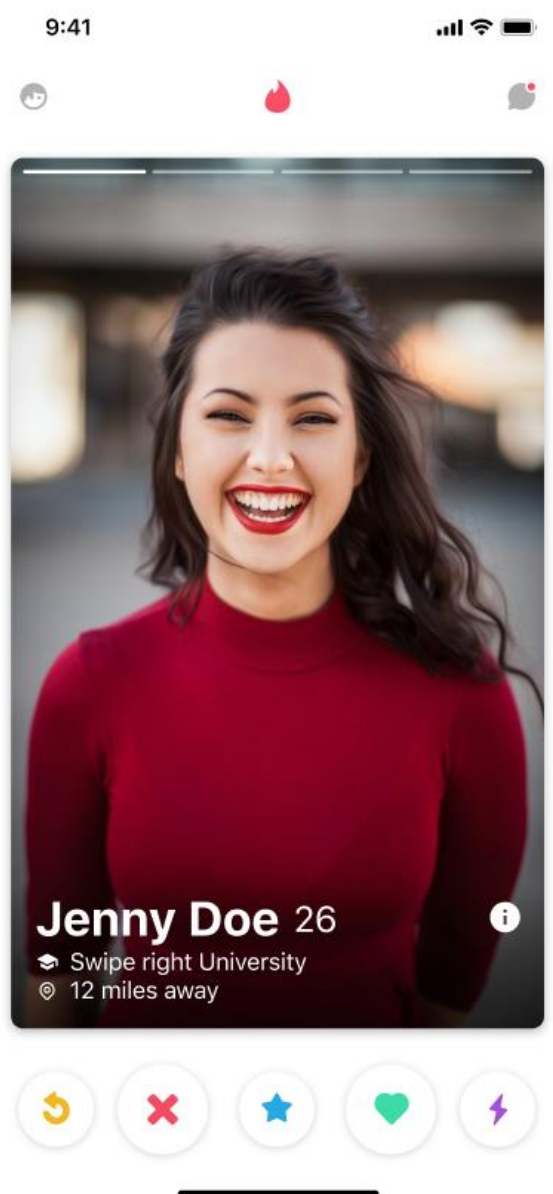
Trazendo as informações do autor para o presente podemos notar que a indústria pode ter parte significativa na utilização de meios virtuais como forma de obter lucros, visto que o uso de internet não se limita apenas a grandes empresas como no passado, além disso, desde sua disseminação muitos entusiastas passaram a enxergar formas de negócios através da

internet de acordo com o autor “Hoje em dia, os preços de hardware caíram, e os computadores pessoais se tornaram mais disponíveis e fáceis de usar.” (Maloff, 1997, p.4). Temos então que a virtualização dos relacionamentos se deve também a uma transformação dos relacionamentos em negócio, seja através de propagandas, venda de produtos de grandes “influenciadores” ou mesmo na utilização de meios para monetizar aplicativos de relacionamento através da compra de “curtidas extras” ou formas de visualizar pretendentes mais facilmente, por exemplo.

8. O RELACIONAMENTO COMO OBJETO DE CONSUMO

A ampla utilização de redes sociais traz consigo complexidades antes não existentes, e que, se associadas a outros fatores podem se tornar problemas ou complexidades maiores ainda. Atualmente aplicativos de relacionamento como o Tinder, fornecem plataformas para aqueles que buscam relacionamentos amorosos (ou não) através da internet. No Tinder os indivíduos têm perfis no qual colocam fotos, pequenos vídeos além de descrições e características de si mesmos como forma de apresentação. A partir de então, caso o usuário se interesse por alguma das pessoas que a ele foram apresentadas (em geral a partir da geolocalização) ele pode curtir o perfil desta e, caso o(a) pretende curta o perfil dele também haverá um “match” que vem da tradução literal “corresponder” do inglês, só a partir de então os usuários podem conversar via chat.

Figura 9 - Imagem que ilustra a interface do Tinder



Fonte: Própria (2025)

A interface do Tinder assim como de aplicativos de relacionamento semelhantes, imprimem um ritmo de avaliação imediatista tal qual o consumismo. A simbologia fácil de entender e a forma de “curtir”, isto é, demonstrar interesse, com um simples clique no ícone de coração verde ou um clique no “x” vermelho para dispensar o(a) candidato(a) ou ainda uma abstração minimalista de simplesmente arrastar para lado direito para “curtir” e arrastar para o lado esquerdo para dispensar fazem com que o usuário entre em carrossel de likes e deslikes, contudo, ao errarem não têm a opção de voltar

atrás, contrariando o terceiro princípio das heurísticas de Nielsen (2005) que prega que o usuário deve ter controle e liberdade do sistema, embora esse princípio seja relativo e não se aplique a todos os contextos de sistemas, nesse caso deveria ser aplicável contudo, de forma deliberada os sistemas optam por utilizar da característica humana e errar para realizar vendas, conforme imagem abaixo:

Figura 10 - Categorias de assinatura expostas no site e aplicativos do Tinder

Recursos	tinder	tinder+®	tinder GOLD™	tinder PLATINUM™
<u>Dê um Match. Converse. Encontre.</u>	•	•	•	•
Curtidas ilimitadas		•	•	•
<u>Toque em voltar quantas vezes quiser</u>		•	•	•
<u>Passaporte™ para qualquer lugar</u>		•	•	•
Oculte anúncios		•	•	•
Usar Modo Anônimo		•	•	•
<u>*Super Likes toda semana</u>			•	•
<u>*1 Boost gratuito por mês</u> Boost mensal gratuito disponível apenas para assinaturas de 1 mês ou mais.			•	•
<u>Veja quem curtiu você</u>			•	•
<u>Novas Destaques todo dia</u>			•	•
<u>Mande mensagem antes do match</u>				•
<u>Curtidas priorizadas</u>				•
Veja as curtidas que enviou nos últimos 7 dias				•

Fonte: Tinder (2025)

Diante das categorias de assinatura do Tinder é possível verificar que esse app (assim como aplicativos análogos) fornece vantagens aos usuários no processo de conhecer e pessoas de acordo com a categoria a qual pode pagar, visto que cada categoria possui um custo próprio.

Por outro lado, nas redes sociais comuns, muitas empresas optam por investir em um marketing direcionado a perfis com grande relevância dentro das plataformas, de modo a oferecer um patrocínio em troca de visibilidade.

Isto é, quanto mais seguidores/inscritos (relacionamentos no contexto desse trabalho) o usuário tiver, mais atrativo ele pode ser na divulgação de produtos.

Os indivíduos com grande relevância dentro das redes sociais são conhecidos atualmente como influenciadores, termo que ficou popular por volta de 2015, segundo Moura (2018). Reforçando a ótica da autora:

O influenciador digital é um formador de opinião, que interfere diretamente na compra do consumidor. Através da exposição nas redes digitais, ele se destaca e consegue atingir um grande número de pessoas, que passam a acompanhar o seu perfil e conteúdo publicado, o seu dia a dia, experiências, estilo de vida e opiniões sobre determinado assunto. As postagens são diárias, de diversos produtos, marcas, recomendações, dicas de uso. Desta forma, eles influenciam a audiência, causando um impacto visível e comprovado. (NEVES, 2018, p.21)

Após o discorrido é possível observar um movimento claro na transformação dos relacionamentos em objetos de consumo, dado que tanto o desenvolvimento de relações quanto a influência podem ser comercializadas mesmo que indiretamente.

9. OS PERIGOS DAS REDES SOCIAIS

Diante da imensa gama de possibilidades que as redes sociais trouxeram para as relações humanas, de igual forma surgiram diversos novos problemas a serem resolvidos como a utilização de internet e aplicativos de redes sociais/relacionamento.

9.1 CRIMES VIRTUAIS

Um dos grandes problemas emergentes desses novos meios de comunicação são os crimes virtuais, dentre eles temos "aplicação de golpes, prática de injúrias, ameaças, extorsões e até pedofilia." (MORAES et al., 2024, p.5), conforme afirmam os autores. Segundo informação disponibilizada pela Secretaria de Segurança Público de São Paulo à BBC:

A Secretaria da Segurança Pública de São Paulo (SSP) afirmou à BBC News Brasil que "mais de 90% dos sequestros registrados em São Paulo são feitos a partir de relacionamentos formados a partir de perfis falsos criados em aplicativos como o Tinder. (SOUZA, 2022).

Especialmente aplicativos de relacionamento e redes sociais são muito utilizados na aplicação de golpes de estelionato a partir de engenharia social - Técnica de manipulação psicológica para enganar as pessoas - principalmente, a partir da utilização de catfishing (em que uma identidade falsa é criada na internet), isso tudo aliado a poderosas ferramentas de comunicação hoje de tão fácil acesso, de acordo com Guilherme Alves, especialista em segurança digital, em entrevista à BBC (SOUZA, 2022).

Até mesmo durante o período de pandemia quando havia um maior isolamento social os golpistas se aproveitaram para impulsionar as práticas de crimes digitais conforme elucidam os autores:

Até o ano de 2021, o percentual teve um aumento de mais de oito vezes chegou a 31,5% -isto é, uma a cada três vítimas de estelionato foi abordada por algum aparelho tecnológico, sejam através de mensagens por celular, por meio de algum telefonema, e principalmente através da internet e aplicativos como, por exemplo, o WhatsApp. (MORAES et al., 2024, p.344)

Em alguns casos quadrilhas são formadas com foco em utilizar desses novos meios de se relacionar para cometer crimes, e notícias como “Quadrilha que atraía vítimas pelo Tinder é condenada a 178 anos de prisão” (GRASSO, 2025) ou ainda “ ‘Golpista do Tinder’ é preso suspeito de fazer 37 vítimas no DF” (MAIA, 2024) tornam-se comuns.

9.2 REFLEXOS PSICOLÓGICOS DAS REDES SOCIAIS

Quando falamos em tecnologia, especialmente em internet, pensamos muito no progresso que ela nos trouxe, contudo, muito da velocidade e dinamismo que esses novos meios de se relacionar possibilitaram apresentam consequências diretas em nosso psicológico, muitas vezes refletidos em problemas psicológicos ou de sociabilidade. De acordo com os autores:

Os dados revelaram que, embora as redes sociais possam oferecer oportunidades de conexão social, o uso excessivo pode, de fato, aumentar o ISP (Isolamento social percebido), possivelmente devido à substituição de interações face a face por interações online e à exposição a representações idealizadas da vida dos outros. (Andrade et al., 2024, p.5).

Em concomitância estudos indicam expressivas consequências, em especial consequências negativas, dessas plataformas digitais no

desenvolvimento das crianças e adolescentes, conforme Matos et al. (2024) “O impacto dessas plataformas digitais vai além da mera interação social; ele permeia a psique jovem de maneiras complexas e, muitas vezes, negativas.”. Ainda de acordo com os autores, há diversos vetores de causa ligados ao desenvolvimento de patologias na adolescência, em especial a desconexão com o mundo real, comparação constante e até o cyberbullying:

Em primeiro lugar, as redes sociais podem contribuir para o desenvolvimento de problemas de autoestima e imagem corporal. A constante exposição a imagens editadas e padrões irreais de beleza pode levar os jovens a compararem-se constantemente com os outros, resultando em sentimentos de inadequação e insatisfação com seus corpos e vidas.[...] À medida que os jovens passam cada vez mais tempo navegando em aplicativos e sites, eles podem se desconectar do mundo real, prejudicando suas habilidades sociais e relacionamentos interpessoais.[...] Outra preocupação é o cyberbullying, que é a prática de usar a internet para assediar, intimidar ou humilhar outras pessoas. (MATOS et al., 2024, p.8).

Entretanto, essas características podem também ser facilmente vistas em adultos ou jovens adultos no dia a dia, indicando que são problemas não apenas ligados aos mais jovens.

10. A FRAGILIDADE DOS LAÇOS MODERNOS

Com a crescente utilização de meios virtuais para se relacionar, algumas questões entram em pauta, como por exemplo, os laços afetivos criados atualmente são mais frágeis?

Zygmunt Bauman, em Amor Líquido (2004), descreve a fragilidade dos vínculos afetivos contemporâneos como reflexo de uma sociedade marcada pela incerteza, pelo consumo e pela efemeridade das conexões. Essa análise se torna ainda mais pertinente quando observamos os relacionamentos mediados por tecnologias digitais, como os aplicativos de relacionamento (ex: Tinder, Bumble) e redes sociais como o Instagram. Esse pensamento encontra eco no funcionamento de aplicativos de relacionamento, nos quais relacionamentos são iniciados e encerrados com poucos toques na tela, baseados muitas vezes em critérios visuais e imediatos conforme já exemplificado. A “cultura do match” exemplifica bem a facilidade de conectar-

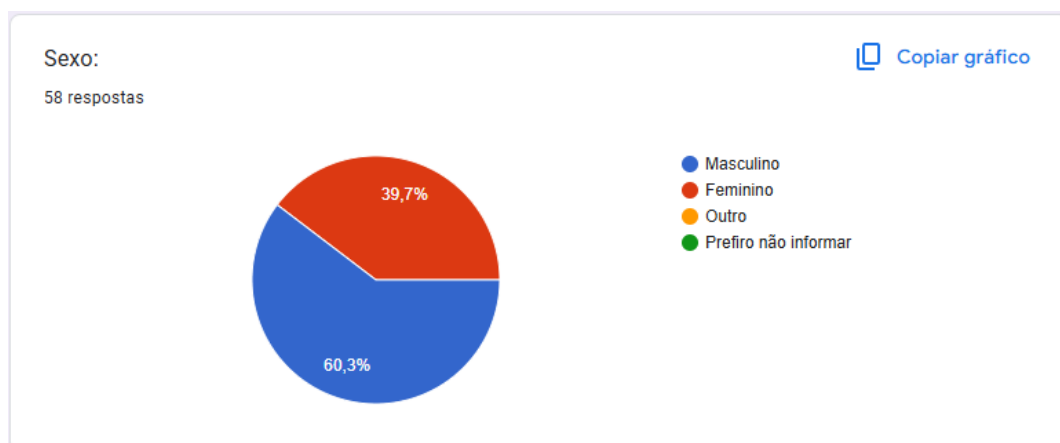
se superficialmente e desconectar-se sem grandes consequências emocionais — um reflexo direto do que Bauman chama de vínculos "descartáveis".

Essa fluidez das relações é potencializada por plataformas como o Instagram, onde a imagem pública e a validação social ganham destaque. Likes, seguidores e comentários podem substituir o contato emocional profundo, levando a relacionamentos que priorizam a aparência da intimidade em vez da intimidade real. Nesse cenário, o "amor líquido" se manifesta como uma versão performática das relações, que busca mais ser exibida do que construída. Esse ideal de liberdade total, aliado à lógica de consumo dos aplicativos, reduz o outro a uma escolha entre muitas, substituível, comparável e descartável. Assim, o amor se transforma em uma busca constante, mas frustrada, por conexão sem vulnerabilidade, compromisso ou profundidade.

11. ANÁLISE DE RESULTADOS

Buscando entender o grau de similaridade do que foi apresentado com a realidade essa pesquisa foi desenvolvido com perguntas estratégicas para corroborar ou não com os tópicos discutidos tendo ênfase, principalmente, na quantidade de aderência do público com redes sociais e aplicativos de relacionamentos tal qual o grau de relevância desses recursos na capacidade interação dos indivíduos. Esses dados foram coletados através da divulgação nas redes sociais Instagram e Whatsapp onde houve participação de um público misto (homens e mulheres) composto principalmente de estudantes de idades variadas de onde pude obter 58 respostas.

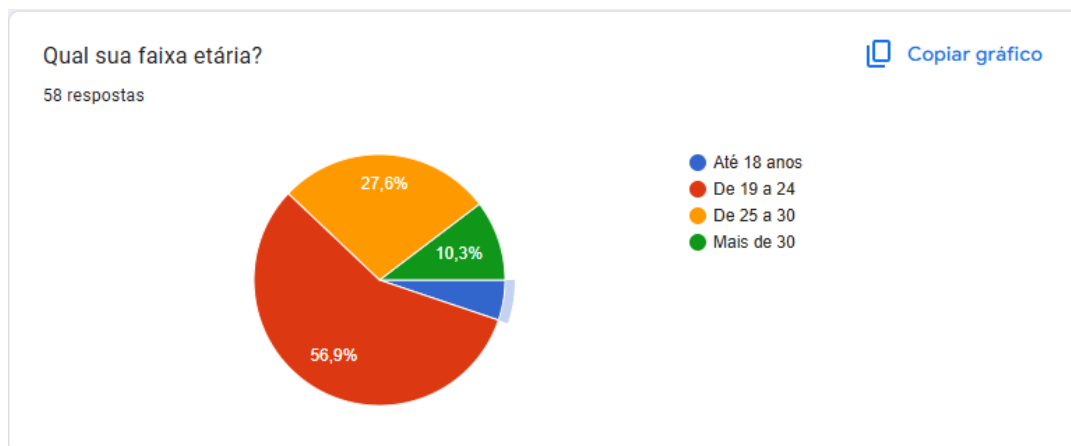
Gráfico 1 - Sexo



Fonte: Própria (2025)

Diante desse gráfico, podemos identificar que 39,7% (23 pessoas) do público que respondeu ao questionário é feminino e 60,3% (35 pessoas) é masculino, dessa forma, a maior parte dos participantes dizem ser homens.

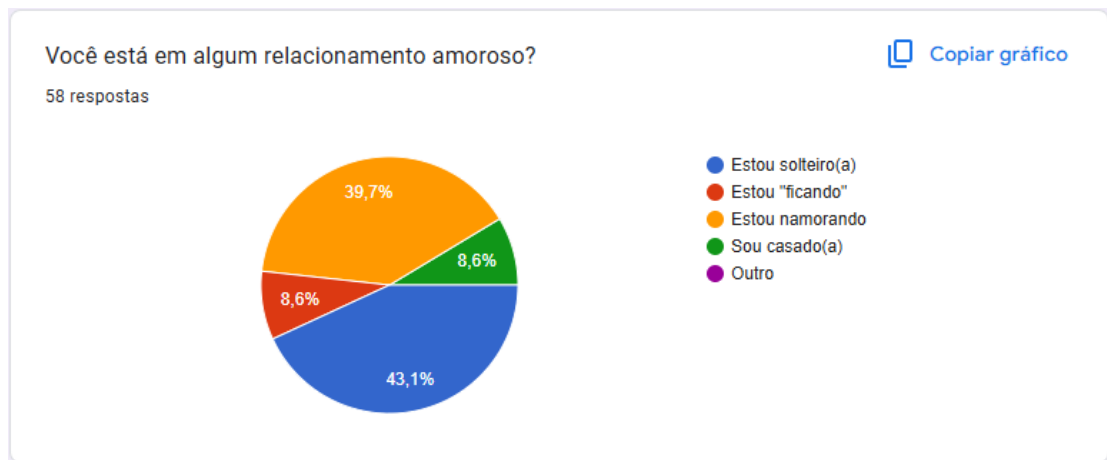
Gráfico 2 - Qual sua faixa etária?



Fonte: Própria (2025)

Com o gráfico acima podemos validar que 5,2% (3 pessoas) das pessoas que responderam dizem ter até 18 anos, 56,9% (33 pessoas) afirmam ter entre 19 e 24 anos, 27,6% (16 pessoas) indicam ter entre 25 e 30 anos e os demais 10,3% (6 pessoas) indicam ter mais de 30 anos. Concluímos nessa etapa que a maior parte dos indivíduos que responderam a pesquisa se enquadram na faixa etária de 19 a 24 anos de idade.

Gráfico 3 - Você está em algum relacionamento amoroso?



Fonte: Própria (2025)

O presente gráfico expressa que 43,1% (25 pessoas) do público que respondeu ao questionário está solteiro, 8,6% (5 pessoas) está "Ficando", 39,7% (23 pessoas) está namorando e os outros 8,6% (5 pessoas) está casado. Concluimos que a maior parte do público que respondeu ao questionário é solteiro.

Gráfico 4 - Se sim, onde conheceu essa pessoa?

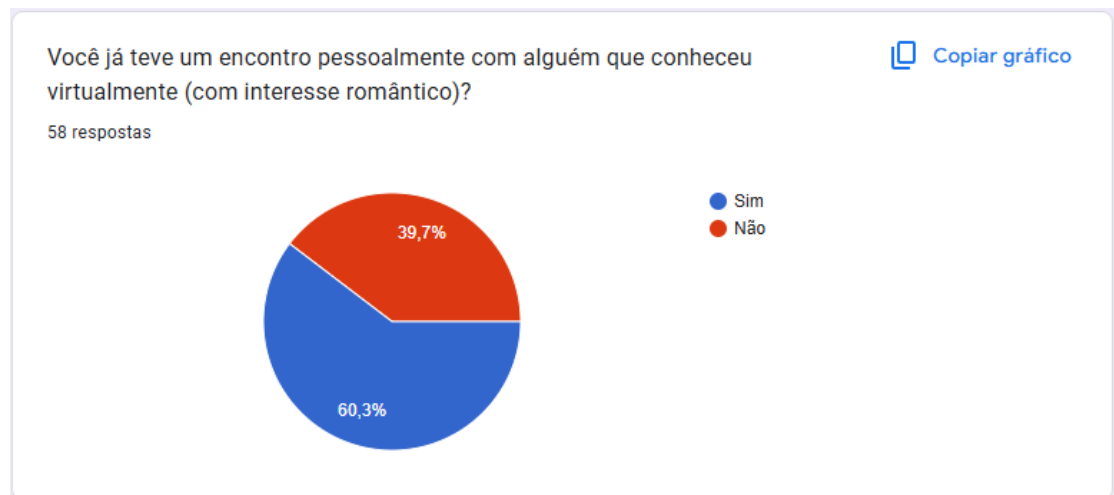


Fonte: Própria (2025)

De forma complementar, o gráfico 4 indica que 44,1% (15 pessoas) das pessoas que responderam ao questionário e que estão em algum tipo de relacionamento amoroso conheceram seus(suas) parceiros(as) através de

meio virtual (Instagram, Discord, Tinder, Bumble etc.) e 55,9% (19 pessoas) dizem ter conhecido pessoalmente (através de festas, eventos, trabalho etc.). Temos então que a maior parte do público que está em algum tipo de relacionamento conheceu seu(sua) parceiro(a) pessoalmente.

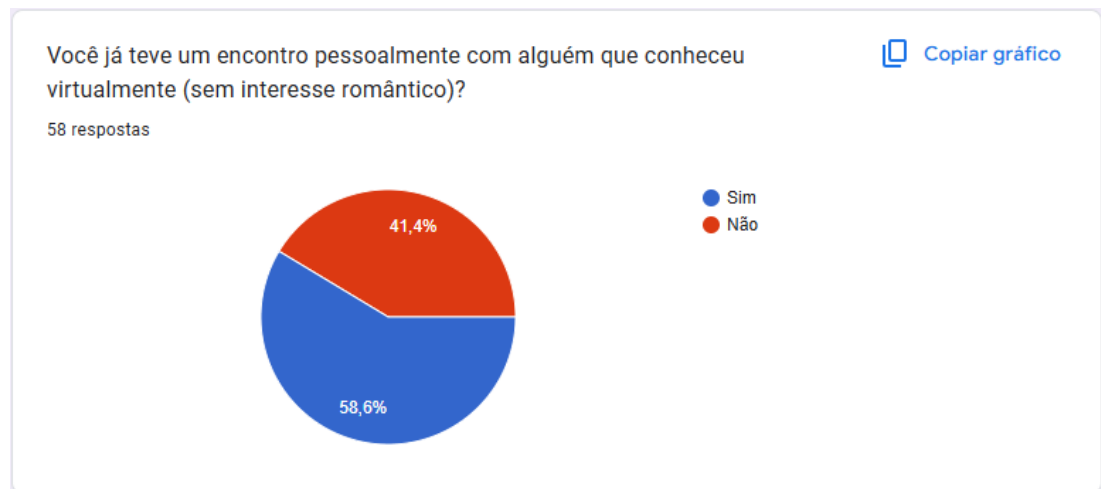
Gráfico 5 - Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente (com interesse romântico)?



Fonte: Própria (2025)

Por outra ótica, 60,3% (35 pessoas) dos indivíduos que responderam à pesquisa dizem já ter tido encontros pessoais com pessoas que conheceram virtualmente com interesse romântico os outros 39,7% (23 pessoas) dizem nunca ter tido encontro com pessoas que conheceram virtualmente com interesse romântico. Dessa forma, a maior parte do público já teve encontros pessoalmente com interesse romântico, com indivíduos que conheceram virtualmente.

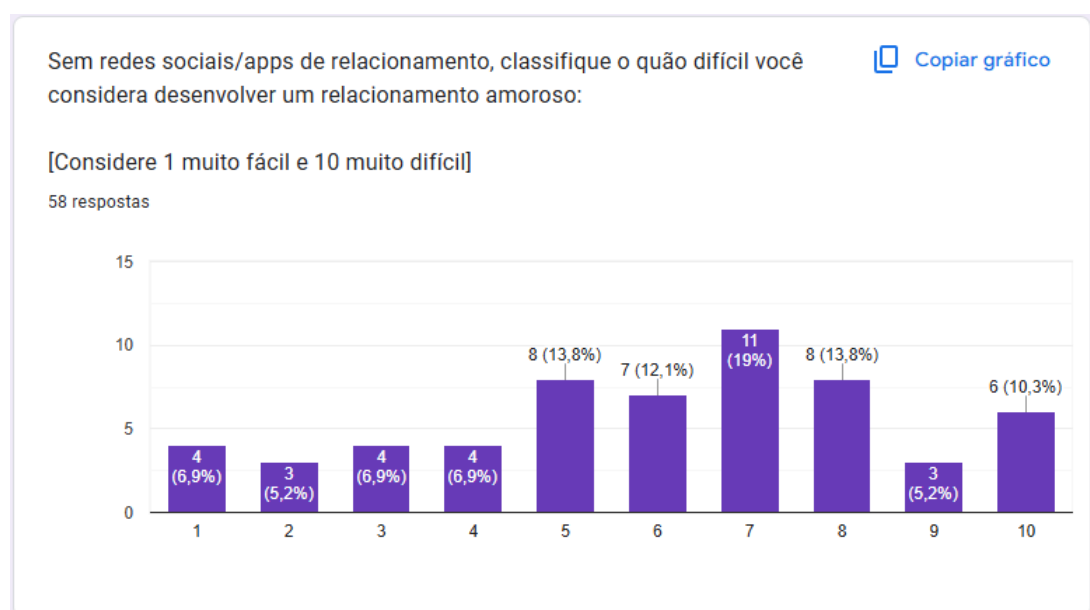
Gráfico 6 - Você já teve um encontro pessoalmente com alguém que conheceu virtualmente (sem interesse romântico)?



Fonte: Própria (2025)

Conforme elucidado no gráfico acima, 41,4% (24 pessoas) das pessoas que responderam ao questionário dizem nunca ter encontrado pessoalmente alguém que conheceu virtualmente sem interesse romântico, em contraposição 56,6% (34 pessoas) dizem já ter encontrado. Isto é, a maioria do público da pesquisa já conheceu pessoalmente alguém que conheceu virtualmente sem interesse romântico.

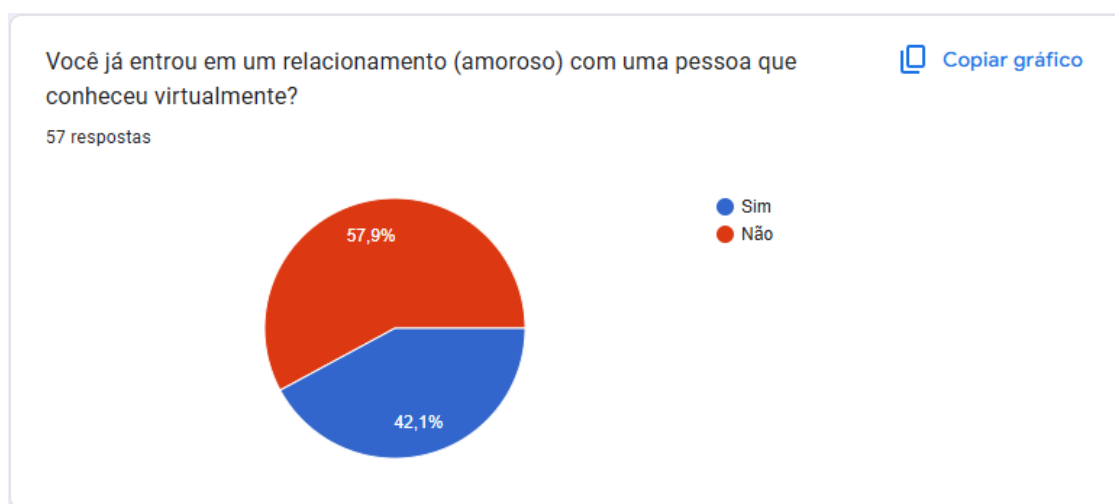
Gráfico 7 - Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver um relacionamento amoroso



Fonte: Própria (2025)

Quando perguntados acerca do grau de dificuldade em desenvolver relacionamentos amorosos sem o auxílio das redes sociais 6,9% (4 pessoas) respondeu com grau de dificuldade 1, 5,2% (3 pessoas) responderam 2, 6,9% (4 pessoas) responderam 3, outros 6,9% (4 pessoas) responderam 4, 13,8% (8 pessoas) responderam 5, 12,1% (7 pessoas) responderam 6, 19% (11 pessoas) responderam 7, 13,8% (8 pessoas) responderam 8, 5,2% (3 pessoas) responderam 9 e 10,3% (6 pessoas) responderam 10. Conclui-se então que a maior parte considerar difícil desenvolver relacionamentos amorosos sem o auxílio de redes sociais/apps de relacionamento.

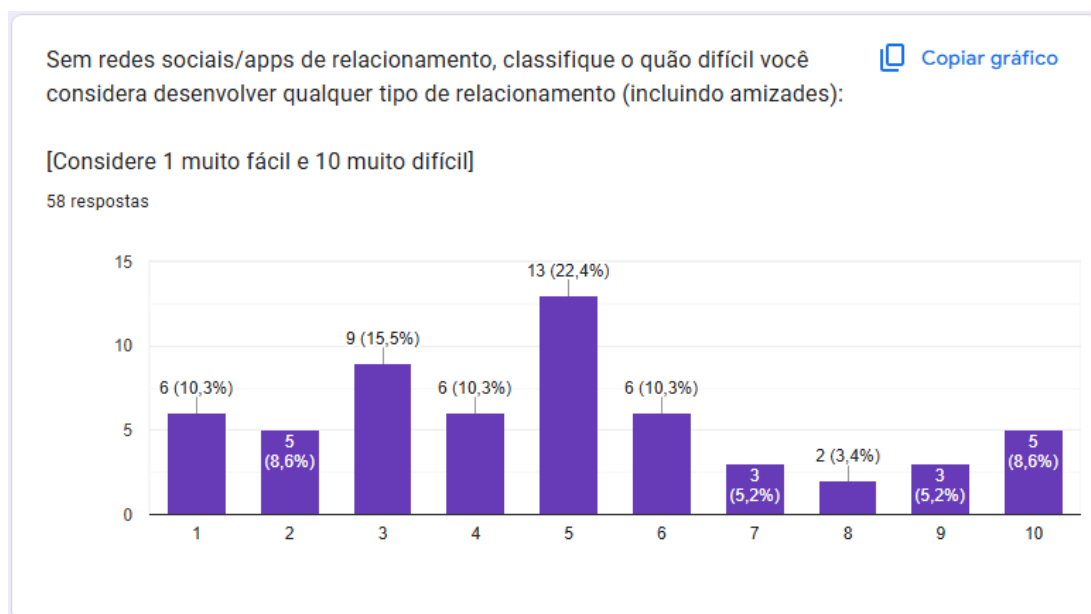
Gráfico 8 - Você já entrou em um relacionamento (amoroso) com uma pessoa que conheceu virtualmente?



Fonte: Própria (2025)

Quando questionados se já entraram em relacionamentos amorosos com pessoas que conheceram virtualmente 57,9% (33 pessoas) dos participantes responderam que não enquanto 42,1% (24 pessoas) responderam que sim. Isto é, a maioria dos participantes da pesquisa nunca entraram em relacionamento com alguém que conheceram virtualmente.

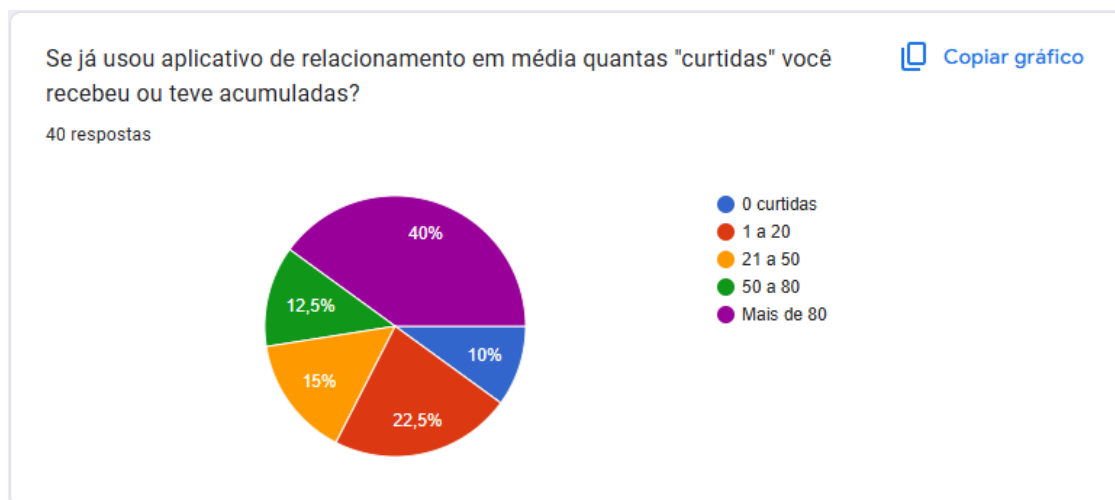
Gráfico 9 - Sem redes sociais/apps de relacionamento, classifique o quão difícil você considera desenvolver qualquer tipo de relacionamento (incluindo amizades)



Fonte: Própria (2025)

De forma antagônica à pergunta número 7, ao serem questionados sobre o grau de dificuldade em desenvolver qualquer tipo de relacionamento (incluindo amizades) 10,3% (6 pessoas) responderam 1 em grau de dificuldade, 8,6% (5 pessoas) responderam 2, 15,5% (9 pessoas) responderam 3, 10,3% (6 pessoas) responderam 4, 22,4% (13 pessoas) responderam 5, 10,3% (6 pessoas) responderam 6, 5,2% (3 pessoas) responderam 7, 3,4% (2 pessoas) responderam 8, 5,2% (3 pessoas) responderam 9 e 8,6% (5 pessoas) responderam 10. Considerando os resultados obtidos temos que a maior parte dos participantes acha de dificuldade moderada ou fácil desenvolver relacionamentos não amorosos.

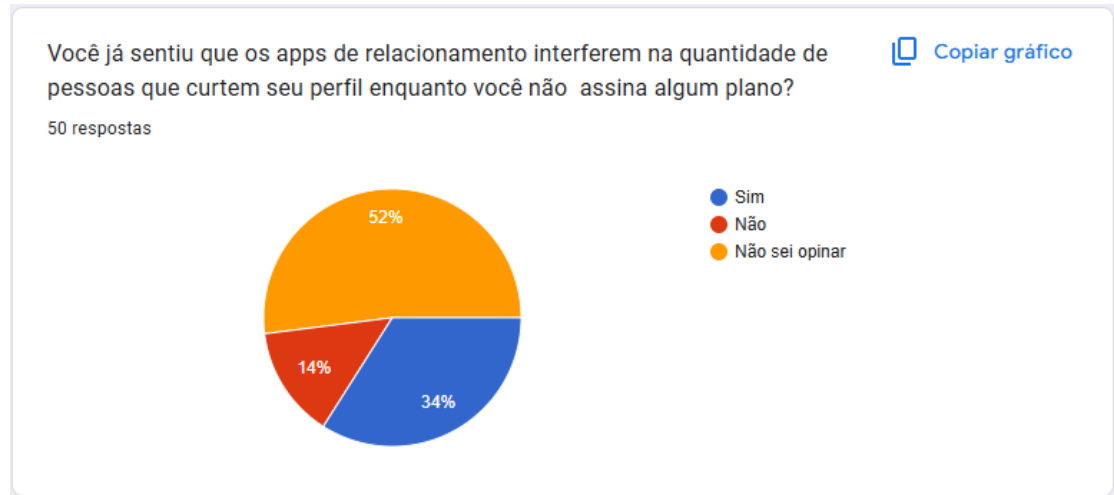
Gráfico 10 - Se já usou aplicativo de relacionamento em média quantas "curtidas" você recebeu ou teve acumuladas?



Fonte: Própria (2025)

Quando questionados sobre a quantidade de “curtidas” dentro de aplicativos de relacionamentos (aos que já utilizaram algum), 10% (4 pessoas) responderam ter recebido 0 curtidas, 22,5% (9 pessoas) receberam de 1 a 20 curtidas, 15% (6 pessoas) dizem ter recebido de 21 a 50 curtidas, 12,5% (5 pessoas) disseram ter recebido de 50 a 80 curtidas e 40% (16 pessoas) mais de 80 curtidas. Em primeira análise é possível identificar que boa parte das pessoas que já utilizaram aplicativos de relacionamento receberam mais de 80 curtidas.

Gráfico 11 - Você já sentiu que os apps de relacionamento interferem na quantidade de pessoas que curtem seu perfil enquanto você não assina algum plano?



Fonte: Própria (2025)

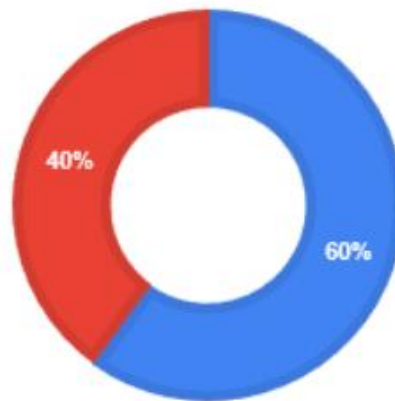
Por fim, quanto a questão de sentirem interferências dos aplicativos de relacionamento na quantidade de curtidas sem a assinatura de algum plano, 52% (26 pessoas) não souberam opinar, 34% (17 pessoas) responderam que sim e 14% (7 pessoas) responderam que não. Conclui-se que a maior parte não sabe opinar, mas, a segunda maior parte acredita que há algum tipo de interferência em casos em que nenhum plano foi contratado.

Após analisar os dados obtidos, pude gerar também outros gráficos a partir do cruzamento de dados que complementam a pesquisa de forma indireta. Sendo eles:

Gráfico 12 - Desenvolver relacionamentos sem redes sociais no contexto masculino da pesquisa

DESENVOLVER RELACIONAMENTOS SEM REDES SOCIAIS

■ Homens que acham difícil ■ Homens que acham fácil

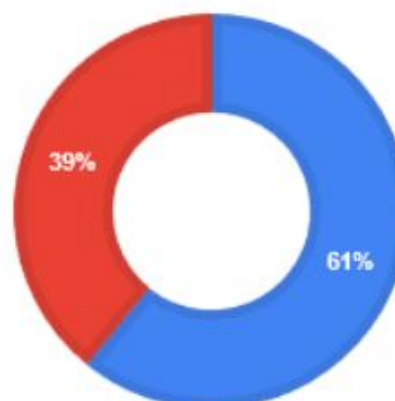


Fonte: Própria (2025)

Gráfico 13 - Desenvolver relacionamentos sem redes sociais no contexto feminino da pesquisa

DESENVOLVER RELACIONAMENTOS SEM REDES SOCIAIS

■ Mulheres que acham difícil ■ Mulheres que acham fácil



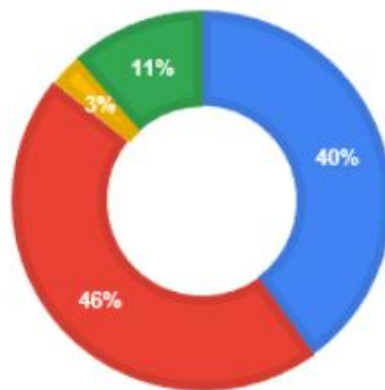
Fonte: Própria (2025)

A partir da análise oriunda do cruzamento de dados da quantidade de homens e mulheres que responderam com número acima de 5 na questão 7 que diz respeito ao grau de dificuldade em desenvolver relacionamentos amorosos sem o auxílio de redes sociais, observa-se que os homens e mulheres indicaram em sua maioria ter dificuldade, inclusive com quantidades de respostas proporcionalmente muito próximas, contudo, tecnicamente as mulheres indicaram ter mais dificuldade em desenvolver relacionamentos amorosos sem o uso de redes sociais/apps de relacionamento.

Gráfico 14 - Apps de relacionamento são manipulados? - Homens

**APPS DE RELACIONAMENTOS SÃO
MANIPULADOS? - HOMENS**

■ Sim ■ Não sei ■ Não ■ Se abstiveram

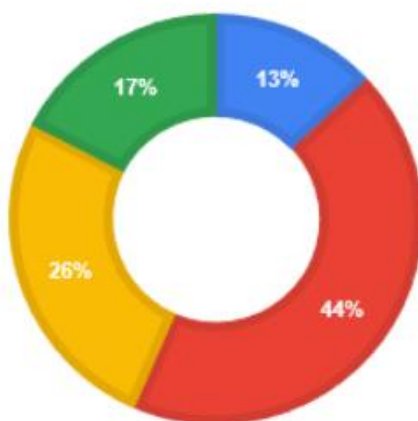


Fonte: Própria (2025)

Gráfico 15 - Apps de relacionamento são manipulados? - Mulheres

APPS DE RELACIONAMENTOS SÃO MANIPULADOS? - MULHERES

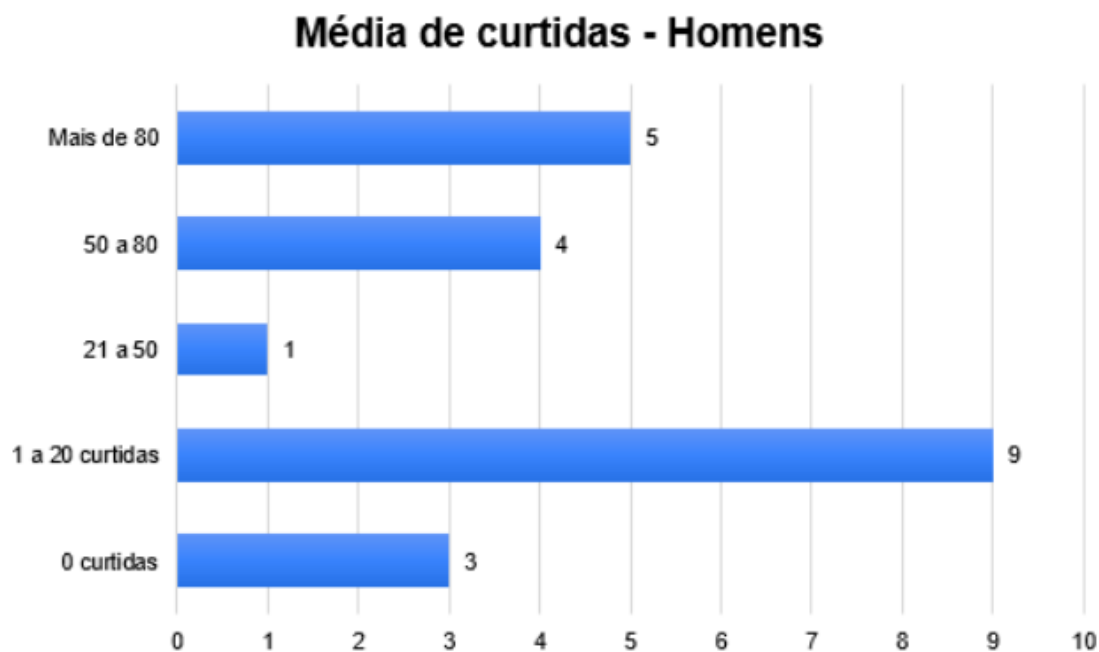
■ Sim ■ Não sei ■ Não ■ Se abstiveram



Fonte: Própria (2025)

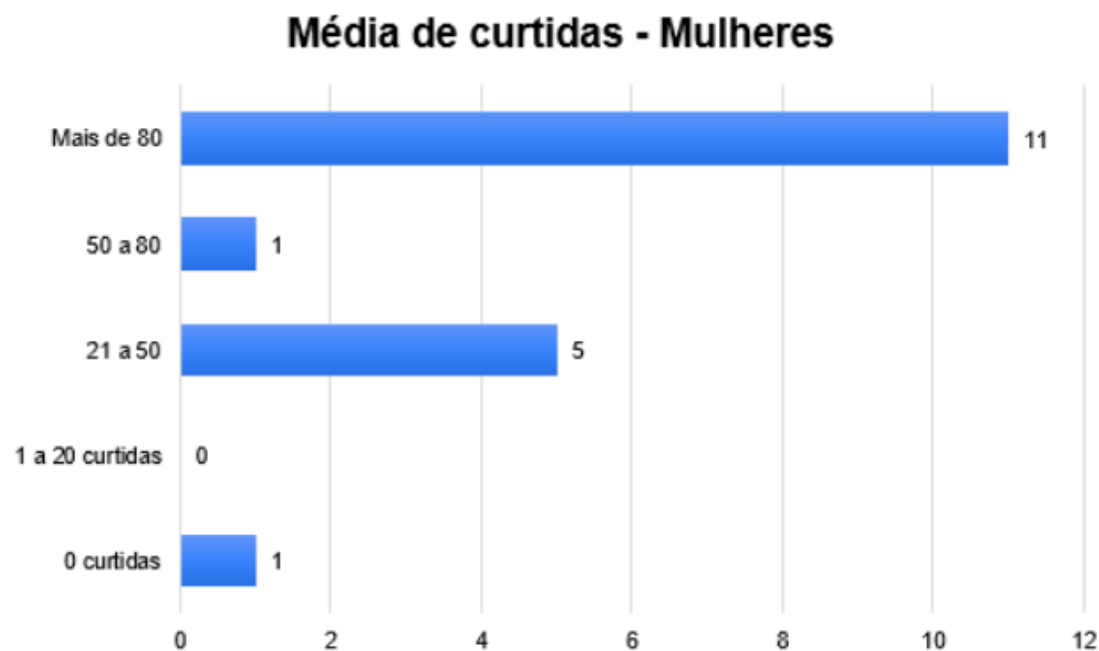
Ao validar a quantidade de pessoas que responderam com “Sim” à questão 11 relativo a sentirem se apps de relacionamento interferem na quantidade de curtidas quando nenhum plano foi assinado concluímos que, proporcionalmente, tanto as mulheres quanto os homens acham que não, muito embora, no gráfico masculino há uma diferença muito sutil entre concordarem ou discordarem.

Gráfico 16 - Média de curtidas na perspectiva masculina da pesquisa



Fonte: Própria (2025)

Gráfico 17 - Média de curtidas na perspectiva feminina da pesquisa



Fonte: Própria (2025)

Por fim, em análise constatou-se que a maior parte das mulheres receberam mais de 80 “curtidas” em apps de relacionamento enquanto a maioria dos homens recebeu de 1 a 20. Além disso, embora a quantidade de

homens participantes na pesquisa seja consideravelmente maior que a quantidade de mulheres, poucos homens receberam mais de 50 curtidas, proporcionalmente.

CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo alcançar maior esclarecimento acerca de como as redes sociais e aplicativos de relacionamentos influenciam na forma como as pessoas desenvolvem e mantêm relacionamentos atualmente, tendo em vista esse novo meio.

Quando falamos de impactos foram levados em conta nas pesquisas especialmente os impactos negativos, isso porque, os impactos positivos são muito mais evidentes e fáceis de destacar, como maior velocidade na comunicação, maior facilidade em se comunicar com pessoas que estão distantes, comodidade, possibilidade de conversar com inúmeras pessoas, maior alcance na comunicação dado que as redes estão cada vez mais integradas, entre muitas outras características que podem ser vistas como positivas. Contudo, é necessária uma análise de como as relações interpessoais se estabelecem nessa nova era.

Pensando nessa perspectiva, pude alcançar com êxito os objetivos do trabalho, demonstrando que as relações líquidas (ou amor líquido) definida por Baumann se mostram muito reais na atualidade, e um reflexo disso pode ser visto a partir das respostas do formulário, por exemplo, onde uma parcela dos participantes respondeu que estava “ficando” em estado civil, que basicamente se refere a ter uma relação “de quase namoro”, sem toda a responsabilidade de um namoro mas, que em muitos casos não vem a se tornar um namoro efetivamente. Além disso, pude também trazer com auxílio das estatísticas levantadas que, embora os aplicativos de redes sociais e de relacionamento sejam amplamente utilizados, ainda não é possível confirmar total dependência do usuários, entretanto, vale ressaltar que os números ainda assim são preocupantes, dado que boa parte dos participantes da pesquisa indicaram grau de dificuldade acima de 6 (em uma escala de 0 a 10) no desenvolvimento

de relacionamentos amoroso sem a utilização de redes sociais/aplicativos de relacionamento. Outro ponto que pôde ser evidenciado através da pesquisa de campo é que muitos dos casais formados conheceram seus(suas) parceiros(as) através de alguma rede social, e mesmo parte dos que não estão namorando indicaram já ter encontrado alguém que conheceu virtualmente com interesse romântico, que pode demonstrar tendências a uma dependência.

Por fim, os relacionamentos humanos e suas nuances, especialmente nesses novos âmbitos virtuais, são de imensa complexidade e carecem de estudos mais aprofundados e com massas de dados maiores e mais diversificadas ou mesmo em diferentes ambientes, assim, certamente os resultados seriam bastante proveitosos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ademilson A. L.; ALMEIDA, Susimar G. M. L.; RODRIGUES, Réulliner S. **Redes Sociais: As Vantagens e Desvantagens da Comunicação Virtual**. 2014. Pesquisa experimental (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) - Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto do Araguaia, 2014.

ANDRADE, Thiago P.; ALVES, Nathália. Conectividade e saúde mental: como as redes sociais influenciam o bem-estar psicológico dos usuários. **Revista JRG de Estudo Acadêmicos**, Vol. 7, n.15, 2024.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

COLETA, Alessandra S. M. D.; COLETA, Marília F. D.; GUIMARÃES, José L.; O amor pode ser virtual? O relacionamento amoroso pela internet. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 13, n. 2, p. 277-285, 2008.

Dicio, Dicionário Online de Português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/relacionamento/> Acesso em: 3 de junho de 2025.

GOOGLE PLAY STORE. Disponível em: https://play.google.com/store/search?q=instagram&c=apps&hl=pt_BR Acesso em: 3 de junho de 2025.

GOOGLE PLAY STORE. Disponível em: https://play.google.com/store/search?q=Tinder&c=apps&hl=pt_BR Acesso em: 3 de junho de 2025.

GOOGLE PLAY STORE. Disponível em: https://play.google.com/store/search?q=whatsapp&c=apps&hl=pt_BR Acesso em: 3 de junho de 2025.

GRASSO, Mariana. Quadrilha que atraía vítimas pelo Tinder é condenada a 178 anos de prisão. **CNN Brasil**, São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/sul/sc/quadrilha-que-atraia-vitimas-pelo-tinder-e-condenada-a-178-anos-de-prisao/> Acesso em: 4 junho 2025.

MAIA, Elijonas. "Golpista do Tinder" é preso suspeito de fazer 37 vítimas no DF. **CNN Brasil**, Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/golpista-do-tinder-e-preso-suspeito-de-fazer-37-vitimas-no-df/> Acesso em: 4 junho 2025.

MALOFF, Joel. A Internet e o valor da "internetização". **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 3, p. 267–276, 1997.

MATOS, Kelvym A.; GODINHO, Mônica O. D. A influência do uso excessivo das redes sociais na saúde mental de adolescentes: uma revisão integrativa. **REVISTA FOCO**, Curitiba, Vol. 17, n. 4, 2024.

MORAES, Letícia H; JUNIOR, Izaias C. B. Dos crimes cibernéticos: uma análise do crime de estelionato praticado pela internet. **Repositório dos Trabalhos de Curso da Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim (FDCI)**, Cachoeiro de Itapemirim-ES, v. 1, n. 1, p. 331–351 2024.

NEVES, Letícia Bufon. **Influenciadores digitais como estratégia de marketing**: quais são os efeitos no comportamento do consumidor?. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

NIELSEN, Jakob. Heuristic Evaluation: Ten Usability Heuristics. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/5f03/b251093aee730ab9772db2e1a8a7eb8522cb.pdf> Acesso em: 3 junho de 2025.

NOGUEIRA, Maria F. M.; SILVA, Thálita T. O amor em suas mãos: um estudo sobre a sociabilidade entre os indivíduos no aplicativo Tinder. **PANORAMA**, Goiânia, v. 6, n. 2, p. 99-102, 2016.

SANTOS, Sheila Cavalcante. Tinder: uma etnografia sobre encontros, socialidades e experimentações de si. **Mana**, Rio de Janeiro v. 27, n. 2, p. 1–30, 2021.

SOUZA, Felipe. 9 em cada 10 sequestros de SP são 'golpes do Tinder'; entenda como agem os criminosos. **BBC News Brasil**, São Paulo, 29 nov. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63733202> Acesso em: 4 jun. 2025.

TINDER LLC. Disponível em: <https://tinder.com/pt/feature/subscription-tiers/> Acesso em: 3 de junho de 2025.

VERMELHO, Sônia C.; VELHO, Ana P. M.; BONKOVOSKI, Amanda; PIROLA, Alisson. Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 35, n. 126, p. 179-196, 2014.