

## O QUE A REVISÃO DE LITERATURA FALA SOBRE OS RELACIONAMENTOS AMOROSOS COM O ADVENTO DOS APLICATIVOS E REDES SOCIAIS<sup>1</sup>

Letícia Leão da Silveira<sup>2</sup>  
Ângela Carina Paradiso<sup>3</sup>

### RESUMO

Com as tecnologias de comunicação e o surgimento de novas formas de se relacionar, redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, *Linkedin* e outras tantas, surgiram com o objetivo de aproximar e conectar pessoas. Isso se evidenciou ainda mais com o surgimento da COVID19, onde experimentamos o isolamento social. Naquele momento, foi a partir da tecnologia e das redes sociais, através de conversas por áudio, vídeo e mensagens que possibilitou conectar as pessoas e continuar muitos trabalhos em formato home office e também relacionamentos. No mesmo formato, surgiram os aplicativos de relacionamentos amorosos, sendo os mais utilizados o *Tinder*, *Inner Circle* e *Happn*, nos quais é possível criar um perfil vinculado ao *Facebook*. Estes aplicativos se baseiam na geolocalização e, para utilizá-los, é necessário baixar o aplicativo no smartphone, criar uma conta, inserir fotos, descrições e, a partir de um clique, conhecer e conversar com pessoas que talvez nunca se encontrassem no seu meio social. Diante desse contexto, a pesquisa norteadora deste estudo foi: Afinal, porque os relacionamentos são mais fugazes com o advento dos aplicativos e das redes sociais? A revisão de artigos científicos sobre o tema, permitiu verificar como as pessoas se relacionam na atualidade através das redes sociais. Como principais resultados, identificou-se que os relacionamentos amorosos iniciados nas redes sociais se caracterizam pelo imediatismo, os chamados amores líquidos. Com a facilidade de um clique, podemos nos relacionar amorosamente, conhecer pessoas, trocar áudios e fotos, realizar até mesmo um filtro do que estamos procurando e essa nova modalidade de se relacionar, passou a ser percebida como uma forma diferente de amar, algo como descartável, fugaz e sem compromisso. As opções são inúmeras e possibilita às novas gerações, o desapego de qualquer responsabilidade, sem assumir uma única relação e efetivamente não criar vínculos duradouros. Então, pode-se verificar que os relacionamentos amorosos derivados das redes sociais são finalizados sem muita dificuldade, também com um clique, onde é possível simplesmente “bloquear” a pessoa e os elementos como (intimidade, paixão e compromisso) acabam ficando esquecidos.

**Palavras chave:** Amor. Aplicativos de Namoro. Comportamento. Relacionamentos. Redes Sociais.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharela em Psicologia pela Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle).

<sup>2</sup> Bacharela em Psicologia pela Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle). E-mail: leticia.201820133@unilasalle.edu.br

<sup>3</sup> Psicóloga. Doutora em Psicologia. Professora Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade La Salle - Canoas (Unilasalle). E-mail: angela.paradiso@unilasalle.edu.br

## ABSTRACT

With the rise of communication technologies and new ways of relating to one another, social networks like Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, LinkedIn, and many others emerged with the aim of bringing people closer together and connecting them. This was further emphasized by the onset of COVID-19, during which we experienced social isolation. At that time, it was through technology and social media, via audio, video, and messaging conversations, that facilitated connections and allowed many jobs to continue in a home office format, as well as relationships. In the same vein, dating applications emerged, with the most popular being Tinder, Inner Circle, and Happn, where users can create a profile linked to Facebook. These apps are based on geolocation, and to use them, one must download the app on their smartphone, create an account, upload photos, write descriptions, and with just a click, meet and chat with people they might never have encountered in their social circles. In this context, the guiding research question of this study was: Why are relationships more fleeting with the advent of dating apps and social networks? The review of scientific articles on the topic revealed how people currently relate through social networks. The main findings identified that romantic relationships initiated on social networks are characterized by immediacy, the so-called 'liquid loves.' With the ease of a click, we can engage in romantic relationships, meet others, exchange audio messages and photos, and even filter what we are looking for. This new way of relating has come to be perceived as a different form of love, something disposable, fleeting, and without commitment. The options are countless, allowing new generations to detach from any responsibility without committing to a single relationship and effectively not forming lasting bonds. Therefore, it can be observed that romantic relationships arising from social networks are easily terminated, also with just a click, where one can simply "block" the other person, and elements such as intimacy, passion, and commitment tend to be forgotten.

**Keywords:** Love. Dating Apps. Behavior. Relationships. Social Networks.

## 1 INTRODUÇÃO

As relações interpessoais, os relacionamentos afetivos e o estabelecimento dos vínculos são as bases para a origem da sociedade. Ao longo dos últimos anos, estão ocorrendo mudanças significativas nas formas de se relacionar em que cada vez mais o consumismo é valorizado.

Segundo Wertonge (2021), desde a mudança de percepção e comportamento de iniciar e terminar um relacionamento como se fosse algo descartável. A busca do prazer imediato e a liberdade de ser e fazer o que quiser, contribui para uma certa inversão de valores, onde demonstrar afeto é sinal de fraqueza e demonstrar desinteresse soa como algo positivo.

A principal motivação para o estudo do tema é compreender porque os

relacionamentos iniciados nas redes sociais e aplicativos de relacionamentos se tornaram superficiais. No contexto das redes, observa-se a mudança na forma de perceber o amor. Se antes ele era visto como algo duradouro, romântico e com diversos significados, hoje em dia assume a forma líquida, fugaz, sem responsabilidade afetiva e passageira (Bauman, 2004). As mudanças têm relação com as características da geração atual, como o imediatismo e até mesmo o egoísmo, visto que o prazer instantâneo e a aparência são mais importantes do que criar vínculos e realmente conhecer o outro (Jaboiski *et al.*, 2022).

A nova forma de se relacionar afetivamente, por meio dos aplicativos de relacionamentos, contribuiu para um novo olhar sobre como as manifestações de amor são percebidas. Se o indivíduo for verdadeiro e demonstrar afeto logo no início é visto com maus olhos, como uma pessoa “emocionada”, que está desesperada por se relacionar, contribuindo para a troca de parceiros constantes ou, ao sinal do menor problema, como por exemplo, uma divergência de opiniões ou um comentário inadequado para o outro, o relacionamento é desfeito (Schlösser *apud* Lima, 2023).

Com o advento das redes sociais e aplicativos de relacionamento, o contato virtual tornou-se cada vez mais comum, as trocas de mensagens tornaram-se cada vez mais individualistas e momentâneas. Nesses ambientes virtuais, os usuários são atraídos por imagens, fotos, descrição sucinta e que muitas vezes não é real, o que contribui para uma volatilidade nas relações, e conseqüentemente uma frustração no encontro presencial (Alves Sobrinho *et al.*, 2019).

O conceito de Bauman (2004) sobre amores líquidos refere-se à ideia de liquidez, como se nada fosse concreto, nem mesmo o amor, que escorre pelas mãos e não assume uma forma e não cria conexões. Desta forma, as pessoas buscam liberdade e flexibilidade, evitando vínculos estáveis. Além disso, o foco da relação amorosa está no indivíduo, não na relação em si. Para o autor, a liquidez nas relações amorosas reflete a sociedade contemporânea, em que a estabilidade e a segurança não são prioridade nos relacionamentos.

Com a pandemia da COVID 19 e a necessidade do isolamento, as redes sociais e os aplicativos viraram alternativas para criar conexões. Esta nova modalidade de se relacionar através de um clique, com várias alternativas de construção de perfis, passou a ser visto como algo imediato, sem construção de vínculos e comprometimento com o outro, o que muitas vezes se transforma em dor e sofrimento (Lima *et al.*, 2023). A dor e sofrimento nesse contexto, explicam Lima *et al.* (2023),

refere-se a uma das partes querer um relacionamento sério, e não ser correspondido (a), iniciar uma conversa interessante, investir e dedicar tempo, criar expectativas para depois o outro(a) simplesmente desaparecer ou bloquear, como se do outro lado não houvesse uma pessoa de verdade, apenas um perfil virtual.

A partir dessa nova configuração das relações amorosas nas redes sociais este estudo tem por objetivo geral identificar e compreender a mudança no comportamento afetivo e as formas de se relacionar com o advento das redes sociais. De modo específico, os objetivos específicos são: refletir sobre a relevância das relações na atualidade, verificar as motivações por uma busca constante na troca de parceiros, compreender o que as pessoas procuram nos aplicativos de relacionamentos e identificar as mudanças na forma de se relacionar e seus impactos, como o sofrimento causado pela indiferença na forma como é finalizado, através de um “bloqueio” no aplicativo.

É de extrema relevância a importância de estudos continuados e aprofundados, pois há pouca literatura sobre o tema e de termos maiores recursos para compreender sobre o comportamento e motivações na contemporaneidade, e espera-se que esse estudo possa contribuir para a reflexão acerca do assunto.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

No contexto das redes sociais, muitas pessoas buscam a liberdade e a independência, mas se deparam com a solidão. A solidão é algo que pode ser compreendido como uma condição de não pertencimento, em relação a sociedade contemporânea e por uma sensação de inadequação ao não estar em um relacionamento afetivo (Zanoni, 2015).

O sistema capitalista condiciona, através das redes sociais e meios de comunicação imagens de pessoas felizes e da vida perfeita, através de fotos de viagens a dois, o contexto de família, férias em um local paradisíaco e uma busca desenfreada por estar com alguém, de forma idealizada e irreal, causando insatisfação e desilusão em quem não está em uma relação amorosa. Da mesma forma que a mídia e a sociedade prezam pelo incentivo à independência, principalmente nas mulheres, ocorre também a procura pelo afeto de um companheiro ou companheira como condição de completude e felicidade (Santos; Reis, 2020).

Neste aspecto, surge uma necessidade de estar com alguém, afinal o ser humano é um ser gregário, social e que depende do outro para sobreviver. Conforme (Santos *et al.*, 2021), os relacionamentos com a compreensão entre “ser” e “ter”, seriam definidos entre o “ser” como um relacionamento baseado em admiração e respeito pelo outro, com potencialidades e vulnerabilidades, enquanto o “ter” seria algo como transitório, objeto de satisfação e tenacidade, de forma superficial e fugaz, até surgir algo mais atrativo.

É nesse contexto que surgiram os aplicativos de relacionamentos amorosos, sendo os mais utilizados o *Tinder*, o *Inner Circle* e o *Happn*, onde é possível criar um perfil vinculado ao *Facebook*. Estes aplicativos se baseiam na geolocalização. Para utilizá-los é necessário baixar o aplicativo no smartphone e criar uma conta. Após, é possível inserir fotos, descrições e, a partir de um clique, conhecer e conversar com pessoas que talvez nunca se encontrassem no seu meio social (Alves Sobrinho, *et al.*, 2019).

Considerando a forma como funcionam os aplicativos, Pelúcio (2019) afirma que os indivíduos que estão a procura de um relacionamento acabam tornando-se produtos como em uma prateleira de supermercado, que necessitam ser atrativos e escolhidos pelo outro. Muitas vezes utilizam-se de subterfúgios que não condizem com a sua essência e acabam utilizando máscaras sociais para serem “comprados”. Em uma sociedade marcada pelo “hiperconsumo” de um mundo capitalista, indivíduos que consomem o tempo todo imagens, produtos, informações e serviços estão cada vez mais sujeitos a esse tipo de relação, em que o outro também pode ser “consumido”, como objeto de satisfação do desejo (Pelúcio, 2019).

Segundo Rodrigues *et al.* (2018, p. 40) “Por essas experiências radicais que produzem sofrimento e alienação ao sujeito que se doou ao seu consumidor egoísta, as relações amorosas concretas em muitos casos são substituídas pelas relações virtuais.” O conceito de “amor líquido”, proposto pelo sociólogo Zygmunt Bauman, realmente reflete um padrão de relacionamentos na contemporaneidade, onde o compromisso e a durabilidade muitas vezes são comprometidos pela busca constante por algo que satisfaça mais rapidamente às necessidades individuais. Esse amor se caracteriza por sua instabilidade e superficialidade, em que as relações são vistas como itens descartáveis, prontamente substituíveis. A falta de profundidade nas conexões pode levar à sensação de solidão, mesmo em meio a várias interações.

Segundo Lima *et al.* (2023), a metáfora do amor que “escorre pelas mãos”

representa a dificuldade de manter um vínculo verdadeiro e significativo, enfatizando que, na era da velocidade e do imediatismo, as emoções e os laços afetivos tendem a se desvanecer rapidamente. Esse fenômeno traz à tona questões importantes sobre a autenticidade nas relações, a valorização do outro e a construção de um amor que, ao contrário do líquido, tenha uma forma e um lugar definido na vida das pessoas.

Nesse contexto, é fundamental analisar o que está acontecendo com o passar dos anos, pois a sociedade tem se transformado, a rapidez e a facilidade que possuímos de obter informações, o imediatismo constante também abre possibilidades de novas formas de se relacionar. Conforme Bauman (2003), a emancipação, a necessidade de respostas imediatas, o consumismo, a busca por individualidade e a necessidade de um protagonismo nas redes sociais traz consigo mudanças sociais que refletem o comportamento na atualidade. Esse novo viés na forma de se relacionar afetivamente, onde o elo e o rompimento ocorrem ao mesmo tempo que quase que se extinguem automaticamente, é consequência das redes sociais, onde esses aplicativos contribuem para uma conexão e desconexão dos indivíduos, de acordo com Bauman (2004) em “amor líquido”.

## **2.1 Comportamento e Idealização de Gêneros**

A construção de uma visão de gênero idealizada inicia na infância, em que as meninas são estimuladas a se sentirem aceitas, cuidarem da aparência, serem comportadas, cuidar das bonecas (bebês), brincar de fazer “comidinha” e encontrar o príncipe encantando. Nas histórias de contos de fada, como a Bela Adormecida, o príncipe vem “salvar” a princesa, cuidar dela e prover todo o amor romântico, suprimindo os seus desejos de necessidade amorosa e completude. Este enredo se repete em diversas histórias como Cinderela, Branca de Neve, Rapunzel, entre outras (Figueiredo, 2016).

Os contos de fada que se fizeram presentes na infância da maioria dos adultos de hoje refletem no comportamento da busca pela pessoa perfeita, pelo ideal de amor influenciado na infância, do ser “felizes para sempre”, o que não condiz com a realidade. A partir do que é transmitido através dos contos de fadas, a mensagem recebida é que para ser feliz e completa, a mulher precisa conquistar um homem, neste aspecto, um “príncipe”, depois casar, ter filhos e formar uma família.

Para encontrar o “príncipe”, ela precisa ser uma princesa, ser jovem, ser bonita, estar sempre impecável, cabelos hidratados, unhas feitas, estar bem vestida, maquiada e essa busca incessante por um ideal de beleza que é muitas vezes inatingível contribui para uma autocobrança extrema, para estar sempre dentro dos padrões impostos pela sociedade. As meninas, ao receberem essas informações de contos de fada, na maioria das vezes, são condicionadas ao pensamento de que para ser feliz e completa, é preciso casar e ter filhos, como se isso fosse garantia de felicidade.

Esse comportamento de busca sempre vai existir, procurando o par perfeito, a pessoa perfeita, como nos contos de fadas, que não existe e conseqüentemente vem a frustração. Mais uma vez identifica-se que o sistema capitalista contribui para esse comportamento, em que o desejar, o querer, o ter e a busca incessante pela felicidade refletem o domínio do individualismo, o qual pode levar as pessoas a priorizarem os seus próprios interesses, em relação aos interesses do parceiro (Gaelzer *et al.*, 2020; Passinato, 2009).

O homem atual, tão abastado das coisas materiais, está desprovido da presença do outro. Vive-se em uma sociedade individualista, na qual prevalece a solidão. Os sujeitos que sofrem e se queixam da solidão estão, paradoxalmente, cultuando sua privacidade, sua personalidade, desvinculando-se da vida pública, ignorando a ética coletiva e, ao mesmo tempo, vivendo os infortúnios da falta desse espaço coletivo, o qual possibilita o reconhecimento de si mesmo (Andrade, 2006, p. 89).

Já os meninos são estimulados a trabalhar, competir, serem provedores e fortes, o que também contribui para um olhar machista em relação às mulheres. A desigualdade financeira ainda é um reforço de status para o sexo masculino, enquanto para as mulheres é visto como algo negativo. Inclusive os homens tendem a qualificar as mulheres como “complicadas” ou “loucas”, que é o que aparece nos relatos de desencontros via aplicativo (Gaelzer *et al.*, 2020).

Balieiro (2021) aponta que da mesma forma que a educação de meninas e meninos é construída com base neste viés de diferenças de gênero, isso também reflete na utilização dos aplicativos de relacionamentos. Em um cenário atual em que muitas mulheres são financeiramente independentes e resolvidas, que é compreendida como maturidade intelectual, possuem independência financeira, observa-se comportamentos ambíguos dos homens em relação às mulheres com esse perfil. Ao mesmo tempo que atrai e fascina o sexo oposto, também causa receio,

e gera competitividade pela troca de papéis, o que gera incômodo no gênero masculino. Segundo o autor, o cenário é de “precarização das relações amorosas”, expressão de uma época que reforça o imperativo da busca constante por novas possibilidades amorosas e sexuais e enfraquece a possibilidade de construção de parcerias igualitárias. Conforme já vem sendo descrito neste trabalho, Balieiro (2021) aponta que alguns fatores que contribuem para essa expressão são o individualismo, o consumismo, as mudanças nos papéis de gênero e a cultura do imediatismo.

## 2.2 Mídias Digitais

Uma pesquisa recente mostrou que os brasileiros desbloqueiam o celular, em média 78 vezes ao dia, subindo para 101 vezes ao dia entre pessoas de 18 a 24 anos (Lima; Primo, 2021). De acordo com essa mesma pesquisa, está relacionado ao que muitos especialistas chamam de "nomofobia", que é o medo de ficar sem o telefone celular. A ansiedade gerada pela necessidade de estar constantemente conectado pode levar os indivíduos a verificar suas notificações de forma compulsiva. Esse comportamento não apenas prejudica a concentração e o rendimento pessoal, mas também pode afetar as relações interpessoais, já que pode criar distrações durante interações sociais.

No final da década de 1990 e início da década de 2000, o acesso à internet ainda era discado em grande maioria das residências. Nessa época surgiram as salas de bate papo como chats do Terra, Uol, icq e logo depois o Messenger, onde as pessoas conversavam em uma sala de bate papo com diversas pessoas e, se tivessem afinidades, iam para outra sala virtual reservada, para depois trocar fotos e telefone caso houvesse interesse mútuo em se conhecer melhor (Bragança, 2017).

Após o surgimento dos smartphones, as salas de bate papo migraram para os aplicativos. Atualmente o smartphone está integrado ao cotidiano das pessoas. Com a modernização da tecnologia o mundo ficou cada vez mais conectado e inúmeros aplicativos foram criados, como o Instagram, o Twitter, o TikTok, Facebook e os aplicativos para conhecer pessoas como o *Tinder*, *Happn*, *Inner Circle* entre vários outros.

Posteriormente, com o advento dos aplicativos e redes sociais, surgiram os perfis, com fotos e possibilidade de utilização de filtros de imagens, representando na

maioria das vezes uma visão distorcida e diferente da realidade. Inclusive existem os perfis *fakes*, com o intuito de experienciar diálogos ou fantasias que muito provavelmente não ocorreriam fora do ambiente virtual (Rodrigues *et al.*, 2022).

Pesquisadores como Bailey, Hendrick e Hendrick (1987) e Overbeek *et al.* (2018), ao realizarem seus estudos sobre os relacionamentos amorosos decorrentes das redes sociais, verificaram que os relacionamentos iniciados nas redes sociais têm como objetivo, por parte dos homens, a busca pelo sexo casual. Alguns deles, inclusive, possuem preconceitos com mulheres que estão nos aplicativos pois, segundo eles, estão “expostas”, e por isso preferem não manter um relacionamento duradouro com elas. Já os estudos de Ramirez *et al.* (2014), perceberam que os relacionamentos que iniciaram nas redes sociais e obtiveram sucesso, ou seja, se mantiveram por mais longo tempo, foram os que mantiveram pouco contato virtual e logo ocorreu o encontro presencial.

### **3 MÉTODO**

A presente pesquisa é uma revisão de literatura e consiste na análise do que já foi publicado sobre o tema. A revisão de literatura é um método importante para gerar conhecimento, permitindo explorar temas ainda pouco estudados e apresentar novas hipóteses e interpretações que podem orientar futuras pesquisas. Neste método, são definidos procedimentos estruturados, uso de descritores e palavras chave para localizar estudos relevantes conforme o objeto de pesquisa, evitando abordagens não científicas (Silva, 2004).

A pesquisa foi realizada a partir da leitura de artigos científicos em português e inglês, nas bases de dados (PEPSIC), Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual da Saúde (BVS), Google Acadêmico e PubMed. Foram realizadas buscas por publicações com as seguintes palavras-chave: amor, aplicativos de namoro, comportamento, relacionamentos e redes sociais. Os estudos selecionados para a análise de dados foram escolhidos considerando a busca por artigos sobre o tema entre os anos de 2014 e 2024.

### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os artigos encontrados através da revisão de literatura apresentam como principais temas o amor, os relacionamentos, a solidão, o comportamento afetivo nas redes sociais, a desigualdade de gênero e o amor líquido na contemporaneidade. Verificou-se que os questionamentos iniciais sobre a superficialidade dos relacionamentos iniciados na internet e as motivações por uma busca constante na troca de parceiros começam a fazer sentido e vão ao encontro do objetivo deste artigo, que é a reflexão sobre as relações na atualidade. De modo geral, foi possível compreender que com o leque de possibilidades que se apresentam na sociedade do consumo nos dias de hoje, ocorre uma mudança no comportamento afetivo, em que há uma necessidade de ser aceito e da aprovação do outro.

Desta forma, é natural que a “imagem” criada nas redes sociais hoje seja o foco principal. O “eu” se torna objeto de admiração, desejo e validação, constituindo uma idealização psíquica perfeita e imaginária que se assemelha a uma compra de produtos que trará benefícios ao seu consumidor (Alves Sobrinho *et al.*, 2019; Jaboiski, 2022).

Valkenburg e Peter (2007) verificaram que os maiores usuários de aplicativos de relacionamento são pessoas divorciadas que já passaram da faixa dos trinta e cinco anos. Uma hipótese para a maioria desses usuários, estarem em aplicativos de relacionamento nessa faixa etária, seria em relação ao meio social, já que a maioria das pessoas do seu círculo de amigos está em uma união estável ou casamento e possuem filhos. Além disso, não apresentam disponibilidade em frequentar locais com pessoas mais jovens em ambientes diversos, onde poderiam encontrar mais pretendentes disponíveis.

Outro aspecto que faz compreender o que as pessoas buscam nos aplicativos de relacionamentos e que de certa forma facilita a recorrer a essa ferramenta é a questão da evitação de ser rejeitado. Não receber um “like” é diferente de levar um não presencial, porque no ambiente virtual os usuários apenas começam um diálogo se houver interesse mútuo. Além disso, grande parte do público feminino, busca um relacionamento duradouro, enquanto o público masculino heterossexual busca relação casual (Blackhart *et al.*, 2014).

Ong e Wang (2015) realizaram uma pesquisa sobre a atração de renda e descobriram que os homens de todos os níveis econômicos visitaram perfis de mulheres, independente do tipo de renda, enquanto as mulheres acessaram perfis

masculinos com renda e escolaridade mais elevadas que a delas. Algo que os autores consideraram bastante interessante nos perfis masculinos foi que o acesso dos homens diminuiu quando a renda das mulheres ficava acima dos ganhos masculinos.

Xia *et al.* (2014) apontam que perfis femininos com atributos físicos como:, cintura fina, quadris largos e cabelos longos são mais atrativos aos homens por associar a sexualidade, boa saúde e fertilidade, enquanto para as mulheres o nível de renda é associado à capacidade de provisão. Desta forma, aquelas que demonstram beleza e jovialidade fazem mais sucesso entre os pretendentes masculinos. Enquanto para as mulheres, a estabilidade financeira dos homens é importante para garantir o sustento da família, principalmente no período de gestação e lactação.

Conforme Nunan e Penido (2019), uma questão que vem ao encontro das mudanças de se relacionar e seus impactos nessa forma virtual é a idealização. Ela ocorre principalmente através de fotos em locais que remetem status, fotos de viagens, fotos editadas com filtros e uma descrição atrativa. A idealização surge de forma otimista ou negativa. No viés positivo ela ocorre inicialmente através do perfil, e continua depois através das conversas e mensagens que são trocadas com maior frequência, das possíveis afinidades e, de certa forma, da conexão emocional. Já a idealização negativa diz respeito à imagem irreal colocada nos perfis, à manipulação intencional como fotos muito diferentes da realidade, informações falsas sobre idade, profissão e estado civil. A consequência desse processo é, em muitos casos, frustração, causando danos psicológicos, morais e até mesmo materiais, como a questão dos golpes amorosos que se tornaram frequentes.

Em relação aos aplicativos de relacionamentos, uma das principais hipóteses pela busca constante na troca de parceiros é que sempre pode existir alguém mais interessante, mais atraente. Ao mesmo tempo, a crescente oferta por novos perfis estimula a cultura do consumo, em que precisamos estar sempre com o último lançamento de determinado produto. Esse comportamento se reflete nas relações virtuais e contribui para uma eterna insatisfação, ao mesmo tempo que estimula a necessidade de ter sempre algo novo, que cause novas emoções, característico do jogo da conquista (Nunan; Penido, 2019). Considerando a facilidade de interações entre as pessoas através dos smartphones, Bauman (2004, p. 12) considera que os “relacionamentos virtuais” são mais fáceis de serem desfeitos do que os “relacionamentos reais” pois são vistos como se fosse algo sem importância, que pode ser “cancelado”, assim como os perfis virtuais.

O relacionamento virtual é algo que se torna mais fácil, pois assim como inicia, termina, e logo se procura outra pessoa no aplicativo, o qual mais se parece com um “catálogo digital” (Alves Sobrinho *et al.*, 2019, p. 6). O autor enfatiza que a tecnologia proporciona a percepção de quebra de barreiras e, de certa forma, faz com que os encontros presenciais percam o seu devido valor. Ele ainda traz para a discussão uma ideia mais consolidada da utilização dos aplicativos, em que faz uma analogia dos relacionamentos e o consumo de produtos, chegando a afirmar que assim como os produtos, possuem prazo de validade, os relacionamentos também.

Complementando essa visão sobre os relacionamentos virtuais, Júnior (2022) aponta que as diversas opções de perfis disponíveis possibilitam menos esforço, em que não é necessário se esforçar para conquistar a pessoa ou manter uma conversa, apenas deixar de interagir já é o suficiente, conseqüentemente pode se tornar muito mais fácil bloquear o outro ou simplesmente deixar de seguir, sem dar explicações, e buscar outro perfil mais atrativo e condizente com o perfil idealizado e muitas vezes irreal (Junior, 2022).

Ao mesmo tempo, as relações virtuais acabam sendo rasas e sem a criação de vínculos. Além disso, a idealização pautada pelo perfil virtual, a utilização de filtros ou imagens antigas podem criar uma expectativa muito alta em relação ao outro, o que pode gerar uma decepção no encontro presencial. Enfim, os relacionamentos vêm se modificando ao longo do tempo, os valores mudaram, assim como a visão de casamento, do amor romântico e para sempre, para algo ultrapassado (Schlösser, 2014).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo teve como objetivo compreender as novas formas de se relacionar afetivamente com o uso das redes sociais e aplicativos de relacionamento. Através de uma revisão de literatura dos artigos disponíveis nas bases de dados consultadas, verificou-se que existem diferentes aspectos e motivos que influenciam nessa mudança de comportamento.

Um desses motivos é o imediatismo, o consumismo desenfreado, em que somos bombardeados a todo o momento por informações novas, vendas de produtos e serviços, a imagem e a idealização de algo melhor, o que contribui para um impacto

significativo nas relações, provocando prejuízos na saúde mental dos indivíduos.

A partir das leituras percebeu-se que as plataformas digitais de relacionamentos propiciaram uma aproximação entre as pessoas, encurtando barreiras geográficas e possibilitando interações que antes não eram possíveis. Ao mesmo tempo que ocorrem as interações online, também torna superficial os relacionamentos, com poucas interações face-a-face, diminuindo as chances de se tornar um relacionamento “real”.

A partir dos estudos, a análise que se faz presente é de que as relações amorosas ganharam um novo significado ao longo do tempo e os aplicativos de relacionamentos e as redes sociais, incluindo a mídia, têm um papel importante nessa relação de mudanças na forma de se relacionar. O ideal de amor romântico e idealizado já não é mais o mesmo. A cada instante, milhares de novos usuários acessam os aplicativos, curtem as fotos, dão “*match*” e se não fluir a conversa bloqueiam, o que chamam de “*ghosting*”. Como se pode observar, além das mudanças de paradigma, surgem também novas nomenclaturas no mundo da internet.

Através de um clique uma conversa pode ser iniciada e, por outro clique, ser encerrada, sem maiores explicações. O que contribui para a percepção de que estar conectado, não é estar próximo e que cada vez mais, as relações vão tomando novas formas. O contexto cultural e geracional vem se modificando, as pessoas prezam pela liberdade, aproveitar a vida, falar o que sentem, mas cada vez menos conseguem se conectar de verdade, compreender o outro, sem máscaras e sem um aprofundamento nas relações.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, C. C. A solidão na contemporaneidade. **Revista da Abordagem Gestáltica: Phenomenological Studies**, Goiânia, v. 12, n. 1, p. 83-91, jun. 2006. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3577/357735503007.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2024.

ALVES SOBRINHO, F. S. O.; LINHARES, L. de S.; TEIXEIRA, J. F. Reconfiguração das relações amorosas nas redes sociais: um estudo de caso do aplicativo Tinder. In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 2019, São Luís. **Anais [...]** São Luís: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-1099-1.pdf>>. Acesso em 13 out. 2024.

BAILEY, W. C.; HENDRICK, C.; HENDRICK, S. S. Relation of sex and gender role to in love, sexual attitudes, and self-esteem. **Sex Roles**, v. 16, n. 12, p. 637-648, 1987. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/BF00300378>>. Acesso em: 26 abr. 2024.

BALIEIRO, F. de F. O match entre o amor e o mercado: uma análise antropológica das masculinidades em aplicativos de relacionamento. **Cadernos Pagu**, n. 62, p. 1-4, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/X9KgpDXWyxtmQcRYSgqFPTD/?lang=pt>>. Acesso em: 22 abr. 2024.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

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

BLACKHART, G. C.; FITZPATRICK, J.; WILLIAMSON, J. Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. **Computers in Human Behavior**, v. 33, p. 113-118, 2014. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563214000272?via%3Dihub>>. Acesso em: 13 out. 2024.

BRAGANÇA, L. Oi, quer tc? A Sobrevivência do bate-papo UOL na era dos aplicativos 1. In: X SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER CONECTIVIDADE, HIBRIDIZAÇÃO E ECOLOGIA DAS REDES DIGITAIS, 2017. **Anais [...]**, São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59457361/anais-abciber-2017>>. Acesso em: 08 nov. 2024.

FIGUEIREDO, L. B. **Tinderelas**: busca amorosa por meio de aplicativos para smartphones. 2016. 191 f. Tese (Doutorado em Psicologia: Psicologia Clínica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia: Psicologia Clínica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/18981>>. Acesso em: 11 out. 2024.

GAELZER, V.; MOREIRA, R.; LUNARDI, A. M. de A.; ZANELLA, G. B. Contos de fada e as mulheres: ressignificando leituras. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 9, p. 71670-71687, 2020. Disponível em: <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/17202/13986>>. Acesso em: 10 out. 2024.

JABOISKI, A. G.; CLIVATI, J. P. KLEIN, J. A. Um olhar da psicologia fenomenológico-existencial sobre relações amorosas nas redes sociais. **Akrópolis**, Umuarama, v. 30, n. 2, p. 164-192, jul./dez. 2022. Disponível em: <<https://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/view/7705>>. Acesso em: 12 out. 2024.

JUNIOR, A. de L. C.; WAHBA, L. L. Ingresso do afeto: exposição indevida e Ghosting em jovens usuários de redes sociais. **Revista Brasileira de Psicodrama**, v. 30, p. e 1822, 2022. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/psicodrama/a/KDgXDRX36xfTVhDLG8mYC6C/?lang=pt>>.

Acesso em: 28 abr. 2024.

LIMA, F. M. R. O.; RIBEIRO, M. G. C.; ALVES, D. de S.; SOUZA, C. M. de; TAGLIAFERRO, C. T. P. de L. M. O Amor e as redes sociais: novas configurações dos relacionamentos amorosos, **Revista Sociedade em Debate**, v. 5, n. 1, 2023. Disponível em: <<https://www.sociedadeemdebate.com.br/index.php/sd/article/view/75/68>>. Acesso em: 23 abr. 2024.

LIMA, M. E. P.; PRIMO, A. V. D. Influência da rede social na ansiedade do adolescente e o papel da enfermagem: revisão integrativa. **Revista Enfermagem Atual In Derme**, v. 95, n. 35, 2021. Disponível em: <<https://revistaenfermagematual.com/index.php/revista/article/view/1109>>. Acesso em: 13 abr. 2024.

NUNAN, A., PENIDO, M. A.. **Relacionamentos amorosos na era digital**. São Paulo: Editora dos Editores, 2019. 138 p

ONG, D.; WANG, J. Income attraction: An online dating field experiment. **Journal of Economic Behavior and Organization**, v. 111, p. 13-22, 2015. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167268114003242?via%3Dihub>>. Acesso em: 13 out. 2024.

OVERBEEK, G.; BONGARDT, D. V.; BAAMS, L. Buffer or Brake? The role of sexuality-specific parenting in adolescents' sexualized media consumption and sexual development. **Journal of Youth and Adolescence**, n. 47, p. 1427-1439, 2018. Disponível em: <<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6002450/>>. Acesso em 14 abr. 2024.

PASSINATO, V. **Análise Comportamental dos Contos de Fada: Uma questão de Gênero**. 2009. 64 f. Monografia (Graduação em Psicologia) – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde. FACES. Brasília, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/2670>>. Acesso em 14 out. 2024.

PELÚCIO, L. **Amor em Tempos de Aplicativo: Masculinidades Heterossexuais e a nova economia do desejo**. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2019.

RAMIREZ, A.; SUMMER, E. M.; FLEURIET, C.; COLE, C. When Online Dating Partners Meet Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication Between Online Daters. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 20, n. 1, p.99-114, 2014. Disponível em: <[https://digitalcommons.trinity.edu/hct\\_faculty/1/](https://digitalcommons.trinity.edu/hct_faculty/1/)>. Acesso em: 15 out. 2024.

RODRIGUES, B. B.; CARAMASCHI, S. As características desejadas em parceiros amorosos selecionados por meio da internet, intenções dos usuários e seus desdobramentos. **Psico**, v. 51, n. 1, p. 1-13, 2022. Disponível em: <<https://pucrs.emnuvens.com.br/revistapsico/article/view/37164>>. Acesso em: 13 out. 2024.

RODRIGUES, F. G.; ASTENREITER, I. T.; MATTOS, K. P. S. de; NASCIMENTO, M.

B.; RODRIGUES, R. S. Relações amorosas na contemporaneidade: impasses e avanços na constituição dos laços afetivos. **Revista Esfera Acadêmica de Humanas**, Vitória: Multivix, v. 3, n. 1, p. 39-54, 2018. Disponível em: <<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/10/revista-esfera-humanas-v03-n01-artigo03.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

SANTOS, J. D. L. B.; GREGÓRIO, S. R.; ROSA, C. M. A solidão na contemporaneidade: uma reflexão sobre as relações sociais. **Percursos**, Florianópolis, v. 22, n. 49, p. 316–339, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.udesc.br/index.php/percursos/article/view/17453>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

SANTOS, T. C. dos; REIS, N. M. dos. **Dependência Emocional nos Relacionamentos**. 2020. Monografia (Graduação em Psicologia) - Faculdade de Educação e Meio Ambiente, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.unifaema.edu.br/handle/123456789/2748>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

SCHLÖSSER, A. Interface entre saúde mental e relacionamento amoroso: um olhar a partir da psicologia positiva. **Pensando Famílias**, v. 18, n. 2, p. 17-33, 2014. Disponível em: <[https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-494X2014000200003](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X2014000200003)>. Acesso em: 27 jun. 2024.

SILVA, C. R. de O. **Metodologia e organização do projeto de pesquisa**: guia prático, Belo Horizonte: CEFET, 2004. 34 p.

VALKENBURG, P, M.; PETER, J. Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online Daters. **CyberPsychology and Behavior**, v. 10, n. 6, p. 849-852, 2007. Disponível em: <<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cpb.2007.9941>>. Acesso em: 13 out. 2024.

WERTONGE, B. Amor Líquido e o uso de Aplicativos de Relacionamento: Análise da Campanha Publicitária do Tinder na Visão Baumaniana. In: 44º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2021, Online. **Anais [...]** [Online]: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2021. p. 1-15. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/ij02/bruna-wertonge.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2024.

XIA, P.; TU, K.; RIBEIRO, B.; JIANG, H.; WANG, X.; CHEN, C.; LIU, B.; TOWSLEY, D. Who is Dating Whom: Characterizing User Behaviors of a Large Online Dating Site. **Social and Information Networks**, v. 1, n. 22, p. 2-22, 2014. Disponível em: <<https://arxiv.org/abs/1401.5710?msclid=3f591bdac29411ecb7e3b8e91c633c06>>. Acesso em: 12 out. 2024.

ZANONI, A. P. **Imagens da solidão na contemporaneidade**: a contribuição do filme Her em uma perspectiva junguiana. 2015. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47131/tde-10122015-101702/pt-br.php>>. Acesso em 13 out. 2024.