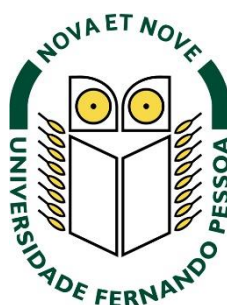


Ana Rita Moreira da Cunha



**Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Universidade Fernando Pessoa

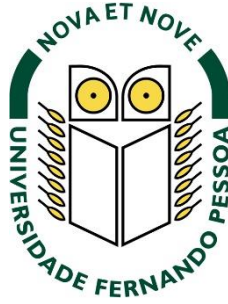
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2018

# **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

# **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Ana Rita Moreira da Cunha



# **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Universidade Fernando Pessoa

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2018

# **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Ana Rita Moreira da Cunha

“Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder”

---

Ana Rita Moreira da Cunha

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Psicologia, com especialização em Psicologia Clínica e da Saúde, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Doutora Zélia de Macedo Teixeira.

# Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

## Resumo

A presente dissertação apresenta como objetivo central aceder aos discursos que possam refletir as motivações para que um grupo de adultos recorra a esta plataforma de encontros, assim como a análise que fazem desta experiência. Com a finalidade de acedermos a estas motivações, recorreremos à utilização de uma entrevista semiestruturada construída para o efeito.

Do desenvolvimento do estudo empírico que sustenta esta dissertação resulta um discurso grupal que espelha a complexidade desta aplicação, bem como as vivências subjetivas experienciadas pelos participantes.

A presente investigação recorre ao método qualitativo, e implica uma amostragem intencional, não probabilística, mais concretamente uma amostragem por conveniência, na qual participaram 8 sujeitos, do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 25 e os 29 anos de idade recrutados pelo método *snowball*.

As entrevistas semiestruturadas decorreram por intermédio de ferramentas de mensagens instantâneas *online*, na referida aplicação.

Seguidamente, foram transcritas e submetidas a uma análise de conteúdo, fundamentada e sustentada na *Grounded Theory*, através da qual foi possível sistematizar um conjunto de categorias organizadoras de discursos.

Os resultados evidenciaram que as principais motivações para a utilização desta aplicação se prendem à procura de novas amizades, diversão e sexo casual.

Modernamente, o Tinder é tido como o aplicativo de contactos mais popular para iOS e Android com pelo menos 10 milhões de utilizadores ativos (Sindy & Ligtenberg, 2017). Esta aplicação é um dos primeiros aplicativos de contactos que é projetado especificamente como um smart-aplicativo de telefone, ao invés de uma extensão de um site de contacto existente (Sindy & Ligtenberg, 2017). Para criar um perfil Tinder pessoal, a aplicação utiliza informações da conta do Facebook de um indivíduo, mormente a idade, o género, os amigos e, concomitantemente, os interesses (Sindy & Ligtenberg, 2017).

As informações que estão disponíveis no perfil pessoal do Tinder são limitadas e a plataforma foca-se sobretudo na aparência dos utilizadores, mais concretamente, através de

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

imagens. Os utilizadores do Tinder são convidados a indicar as suas preferências sobre o género dos parceiros de encontros on-line, idade e vizinhança (Sindy & Ligtenberg, 2017).

**Palavras-chave:** Tinder; *Grounded-theory*; Estudo Qualitativo; Motivações; Mundo virtual;

# **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

## **Abstract**

The present dissertation presents as a primary scope access to speeches that may reflect the motivations for an adults' group to use this meeting platform, as well as the analysis that they make about this experience. In order to access these motivations, we used a semi-structured interview built for this purpose.

From the present dissertation a group discourse emerged that mirrors the complexity of this application, as well as the subjective experiences experienced by the participants.

The present investigation uses the qualitative method and involves an intentional, non-probabilistic sampling, more specifically a sampling for convenience, in which 8 male participants, aged between 25 and 29 years were recruited by the "*snowball method*".

The semi-structured interviews were carried out through online instant messaging tools in the dating online application.

They were then transcribed and submitted to a content analysis, based on Grounded Theory, through which it was possible to systematize a set of categories that organize speeches.

The results showed that the main motivations for using this application are searching for new friendships, fun and casual sex.

Currently, Tinder is regarded as the most popular contact application for iOS and Android with at least 10 million active users (Sindy & Ligtenberg, 2017). This application is one of the first contact applications that is designed specifically as a smart-phone application, rather than an extension of an existing contact site (Sindy & Ligtenberg, 2017).

To create a personal Tinder profile, the application uses information from an individual's Facebook account, particularly age, gender, friends, and, at the same time, interests (Sindy & Ligtenberg, 2017).

The information that is available in Tinder's personal profile is limited and the platform is mainly focused on the appearance of the users, more precisely, through images. Tinder users are invited to indicate their gender preferences for online dating, age and neighborhood partners (Sindy & Ligtenberg, 2017).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

**Keywords:** Tinder; Grounded-theory; Qualitative Study; Motivations; Virtual world;



## **Agradecimentos**

Encerrar todo este processo de aprendizagem constante, com esta dissertação de mestrado dá-me a possibilidade de sentir o maior sentimento de realização académica e pessoal, ao fim destes cinco anos. É, sem dúvida, o sentimento mais intenso, emotivo e puro, com o contributo de todos aqueles que me acompanharam e fizeram parte desta longa caminhada.

Em primeiro lugar, o meu especial agradecimento dirige-se à Professora Doutora Zélia Macedo Teixeira, por todo o esforço, partilha de saberes e conhecimento, dedicação, orientação e apoio incondicional que muito elevaram os meus conhecimentos científicos e, sem dúvida, estimularam o meu desejo de querer saber sempre mais.

Resta-me agradecer-lhe, também, a sua boa disposição, total disponibilidade, conselhos e compreensão. Acima de tudo, agradecer-lhe por sempre ter acreditado que iríamos conseguir alcançar este grande objetivo, juntas. Todo o seu contributo foi fundamental para o meu engrandecimento pessoal. É um modelo e exemplo de dedicação, esforço, força e empenho. Uma profissional de excelência. Uma profissional e pessoa que merece toda a minha elevada consideração.

Aos meus pais, dirijo um agradecimento especial, por serem modelos de coragem, pelo apoio incondicional, incentivo, amizade, paciência demonstrada e total ajuda na superação dos obstáculos que ao longo desta caminhada foram surgindo. Obrigada, acima de tudo, por me terem proporcionado a possibilidade de concretizar este meu sonho. Aquece-me o coração saber que ao longo da minha vida e de todo este percurso, sempre, vos enchi de orgulho. As vossas lágrimas de orgulho e de amor, são a maior prova de que o esforço, luta e dedicação valem, sempre, a pena. É a eles que dedico todo este trabalho.

À minha irmã, por toda a paciência, apoio e motivação incondicional, empenho, carinho e amor. Obrigada por todas as palavras de incentivo e de coragem e, acima de tudo, por nunca teres duvidado de mim. Obrigada por caminhares sempre comigo. Obrigada por todo o amor incondicional que sempre me demonstraste sentir.

Aos meus avós, por acreditarem sempre em mim e por todos os ensinamentos de vida. Agradeço o carinho, apoio e força que, constantemente, me ofereceram.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

À Ângela, à Sofia, à Joana, à Jéssica, ao Pedro, à Filipa, à Raquel, à Catarina, à Carla, à Cátia, à Andreia, à Bárbara, obrigada por todo o carinho que sempre nutriram por mim, por toda a confiança e palavras de força. Obrigada por todo este sentimento bonito de amizade. Este trabalho dedico-vos a vocês, também.

A todos os participantes, nesta investigação, dirijo-vos os meus sinceros agradecimentos. Sem vocês nada disto seria possível.

## **Índice**

Resumo.....	5
Abstract .....	7
Agradecimentos.....	9
Índice de Tabelas.....	14
Índice de Anexos.....	15
Lista de Abreviaturas .....	16
Introdução .....	17
<b>CAPÍTULO 1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>	<b>20</b>
1. A Internet .....	21
1.1. A emergência da Internet .....	21
1.2. A experiência da Internet .....	25
2. As Redes Sociais.....	26
2.1. Principais conceitos.....	26
2.2. A Evolução das Redes Sociais .....	30
2.3. A Sociabilidade .....	33
2.4. Da Internet Instrumental à Internet Relacional .....	36
3. A liquidificação do amor .....	38
4. Encontros online – <i>Online dating</i> .....	39
5. Tinder.....	42
5.1. Definição/Principais conceitos.....	42
5.2. O aparecimento do Tinder.....	48
5.3. Apresentação do <i>Self</i> .....	49
5.4. As motivações para a utilização do Tinder .....	53
6. Os namoros em tempos do Tinder .....	54
<b>CAPÍTULO 2. ESTUDO EMPÍRICO .....</b>	<b>57</b>
7. Metodologia .....	58

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

7.1. Amostra .....	59
7.2. Instrumentos .....	60
7.2.1. Questionário Sociodemográfico .....	60
7.2.2. Entrevista semiestruturada.....	60
7.3. Procedimento.....	62
7.3.1. Recolha de dados .....	62
7.3.2. Metodologia da análise de recolha de dados .....	62
7.3.2.1. Justificação do método qualitativo .....	62
7.3.2.2. Teoria Sustentada nos Dados.....	64
7.4. Apresentação e Análise dos dados .....	66
7.4.1. Resultados dos dados sociodemográficos .....	66
7.4.2. Resultados das entrevistas semiestruturadas .....	67
7.4.2.1. Resultados relativos à questão 1.....	67
7.4.2.2. Resultados relativos à questão 2.....	69
7.4.2.3. Resultados obtidos na questão 3.....	71
7.4.2.4. Resultados obtidos na questão 4.....	73
7.4.2.5. Resultados obtidos na questão 5.....	77
7.4.2.6. Resultados obtidos na questão 6.....	80
7.4.2.7. Resultados obtidos na questão 7.....	82
7.4.2.8. Resultados obtidos na questão 8.....	86
7.4.2.9. Resultados obtidos na questão 9.....	89
7.5. Discussão dos resultados .....	92
Conclusão.....	98
Referências Bibliográficas .....	102
ANEXOS .....	111

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1:Caracterização Sociodemográfica do grupo de utilizadores do Tinder em função do género, idade, estado civil, escolaridade e profissão. ....	59
Tabela 2: Caracterização sociodemográfica do grupo de utilizadores do Tinder, em função do seu primeiro contacto com a aplicação, a sua frequência na utilização e sobre a instalação e desinstalação da mesma. ....	66
Tabela 3: Unidades discursivas, categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 1. ....	67
Tabela 4: Unidades discursivas, Categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 2. ....	69
Tabela 5: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 3. ....	71
Tabela 6: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 4. ....	73
Tabela 7: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 5. ....	77
Tabela 8:Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 6. ....	80
Tabela 9: Unidades discursivas, Categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 7. ....	82
Tabela 10: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 8.....	86
Tabela 11: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias Finais obtidas na questão 9.....	89

**Índice de Anexos**

<b>Anexo A: Questionário Sociodemográfico .....</b>	<b>112</b>
<b>Anexo B: Entrevista Semiestruturada .....</b>	<b>114</b>

**Lista de Abreviaturas**

**ARS** - Análise de Redes Sociais

**App** – Aplicação

**DVD** - Digital Vídeo Disc

**INE** – Instituto Nacional de Estatística

**TCI** – Tecnologia de Comunicação e Informação



# Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

## Introdução

Recentemente, assistimos à introdução dos telemóveis e de outros dispositivos que vieram encurtar a distância entre as pessoas, facilitando desta forma o diálogo. Quase simultaneamente, surge a Internet. Esta, pode ser designada como um fenómeno tecnológico que veio certamente revolucionar a comunicação das últimas gerações.

Ao longo dos últimos anos, emergiram as redes sociais, sendo estas conhecidas como espaços que alargaram a comunicação e o padrão de interação, de uma forma, nunca antes observada.

As redes sociais têm sido alvo de um enorme crescimento, ao longo dos últimos dez anos, como resultado das constantes evoluções tecnológicas. Para além da evolução tecnológica, também a Internet foi alvo de constantes modificações e evoluções. Neste sentido, surge a criação de determinadas redes sociais, atualmente bem conhecidas, designadamente o *Facebook*, o *Instagram*, o *Twitter* e o *Youtube* (Brenner, 2013).

O facto das redes sociais terem vindo a ser alvo de uma gigante utilização resultou na modificação dos padrões de interação e de comunicação. Ademais, não foram somente estas as únicas alterações, uma vez que, também, os hábitos pessoais e as rotinas de trabalho se viram modificados (Forman, et al. 2005).

As redes sociais podem ser caracterizadas pelo facto de um conjunto de indivíduos utilizarem uma rede, tornando-se esta utilização, numa nova forma de produzir e partilhar conteúdos (Kaplan & Haenlein, 2010).

Segundo Stone (2009), o aumento abrupto da popularidade das redes sociais conduziu a um aumento do crescimento diário por parte de muitos utilizadores. Deste modo, procedeu-se à abertura de um novo ciclo internacional, através da partilha de emoções, sentimentos, pensamentos e alguns aspetos sociais.

O facto das redes sociais terem sido alvo de um vasto crescimento permitiu que se constatasse que a sua utilização poderia ser considerada como complexa.

Com o surgimento da Internet é conferido àqueles que têm acesso e literacias para tal, a possibilidade de alargarem a rede de contactos e de chegar à comunicação mediada com quem não faz parte da mesma rede *offline*. No entanto, na era da comunicação mediada, e

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

apesar de através das tecnologias já ser possível ouvir e ver aqueles com quem se comunica, a construção de um perfil online poderá definir os resultados numa plataforma de *online dating*.

Tem-se vindo a registar um crescimento dos serviços de *online dating*, quer na quantidade como na diversidade de plataformas disponíveis no mercado. Por um lado, devido a características próprias do meio onde se disponibilizam, oferecem uma maior facilidade e rapidez na obtenção de resultados, por outro, devido a mudanças sociais na dinâmica de comunicação e relacionamento, mais pessoas recorrem a estes serviços. Nesta perspetiva, a Internet deixa de ser um meio onde os indivíduos se apresentam como anónimos e onde se preocupam com a sua autoapresentação (Sepúlveda, 2016).

No que concerne à aplicação Tinder, o utilizador irá decidir, baseado na imagem do perfil, bem como nos interesses da correspondência, se está interessado ou não, em iniciar uma conversa. Se estiver interessado, basta ao utilizador deslizar para a sua direita, caso contrário, isto é, se não estiver interessado, basta deslizar para a sua esquerda. Após dois utilizadores manifestarem interesse, coincidindo no interesse um do outro, ocorre o “match”, isto é, podem iniciar a sua conversa, através do chat disponível nesta aplicação (Sindy & Ligtenberg, 2017).

Atualmente a utilização desta aplicação apresenta um grau de impacto significativo, no que diz respeito aos relacionamentos românticos (Souza & Moreira, 2016).

Nos tempos modernos e atuais, tendo em consideração, o vasto volume de opções de pretendentes disponíveis, aprovar ou descartar pessoas, tornou-se um fenómeno comum e fácil (Souza & Moreira, 2016).

Os indivíduos passaram a ser vistos como perfis e a representação do seu *self*, vista como uma página pessoal de uma determinada rede social (Souza & Moreira, 2016).

Um aspeto que nos ajuda a entender a superficialidade das relações sociais e amorosas, na atualidade, tem que ver com a possibilidade das informações disponíveis e visíveis ao outro, poderem ser editadas, com o propósito de apresentarem ao outro uma construção manipulada (Souza & Moreira, 2016).

Segundo Bauman, “aperta os laços e ao mesmo tempo os mantém frouxos” (Souza & Moreira, 2016). Com a expressão deste autor, pode-se afirmar que as relações criadas

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

possuem laços frágeis pois, quando são quebrados, haverá uma lista garantida de possíveis pretendentes, prontificados a iniciarem uma nova relação (Souza & Moreira, 2016).

De acordo com Bauman (2004, p.12), “Ao contrário dos relacionamentos antiquados (para não falar daqueles com “compromisso”, muito menos dos compromissos de longo prazo), elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna, em que se espera e se deseja que as “possibilidades românticas” (e não apenas românticas) surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior, aniquilando-se mutuamente e tentando impor aos gritos a promessa de “ser a mais satisfatória e a mais completa”. Diferentemente dos “relacionamentos reais”, é fácil entrar e sair de “relacionamentos virtuais”. Em comparação com a “coisa autêntica, pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, compreender e manusear.” (Bauman, 2004).

Desvendar os motivos desta utilização, a qual pode ser uma necessidade que finalmente foi satisfeita, ou uma experiência que apenas se encontra na moda, deverá ser encarado como um desafio que trará a chave para uma melhor compreensão do comportamento do consumidor neste tipo de plataformas que tornaram o nosso planeta num sítio claramente mais pequeno.

**CAPÍTULO 1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

## **1. A Internet**

### **1.1. A emergência da Internet**

Desde meados do século XVIII até aos tempos atuais, ocorreram um aglomerado de alterações de cariz revolucionário, designadamente o aparecimento da máquina a vapor, de novos combustíveis, que vieram transformar algumas estruturas políticas, sociais e, também, económicas.

Desde então, emergiram outras inovações como, por exemplo, os meios de comunicação mais rápidos. Desta forma, torna-se possível afirmar que o aparecimento da máquina a vapor veio introduzir e implementar novas formas de viver e de ver o mundo. Posto isto, deu-se uma nova inovação, de índole tecnológica, cujo nome se designa de Internet.

Relativamente à tradução e decomposição da palavra Internet, escrita com inicial maiúscula, sabe-se que esta significa “rede das redes”.

A Internet é a melhor demonstração real do que é uma autoestrada da informação. A Internet é uma imensa rede de redes que se estende por todo o planeta e praticamente todos os países (Dicionário da Rede, 2004).

Tardiamente, surgiram ainda os “*chats*”, cujo significado nos remete para meios de comunicação através dos quais as pessoas se interconectam, para conversar em tempo real, utilizando-se da linguagem escrita.

A emergência da Internet introduziu a possibilidade de ocorrência de relacionamentos interpessoais diferentes, daqueles que ocorriam, há não muito mais que dez anos. O facto da participação ser voluntária e do anonimato ser assegurado, facilitou a criação de amizades ou relações íntimas, nestes *chats* de comunicação.

O termo “amizade” é usado convencionalmente para designar a associação interpessoal que vai desde atrações passageiras até às relações mútuas profundas e duradouras (Mc David & Harari, 1980).

Devido às distintas e diversas inovações tecnológicas na área da informática, ocorreu uma facilitação de uma série de mudanças comportamentais. Decorrentes destas, as refeições

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

começaram a ser entregues em casa, as compras começaram a ser realizadas 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 contacto 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.

Já que o homem está cada vez mais em casa, o uso dos “*chats*” de conversação permite uma relação de interação com o mundo, não apenas como troca de ideias, mas também como uma nova forma de conhecer pessoas, o que pode vir a ampliar o número de relacionamentos pessoais (Guimarães, 2002).

Os sites de relacionamento ajudam o “internauta” a resolver questões sexuais e sentimentais (Guimarães, 2002).

A ilusória noção de proximidade, de intimidade e de conhecimento, muitas vezes, pode ser considerada como um dos aspetos negativos da utilização da Internet.

Outro aspeto negativo, é a fuga da “realidade real”, quando essa não é, ou não está das melhores, o que, muito provavelmente, é parte do que está por trás da tão alardeada adição na Rede, principalmente nos “*chats*”.

O uso da Internet já foi comparado ao uso da cocaína por Griffiths (citado por Nicolaci-da-Costa, 1998), sendo esta comparação feita em virtude da semelhança dos sintomas apresentados pelos viciados em ambas, como palpitações, tremores, sombras diante dos olhos, confusão mental, como também sintomas fracamente psicóticos com delírios de ciúmes, alucinações e ideias de perseguição.

Primeiramente, os contactos sociais e interpessoais efetuam-se num nível virtual, sendo cada um dos envolvidos, nesta relação, responsáveis por este processo de continuidade ou descontinuidade.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Seguidamente, o relacionamento virtual pode, ou não, materializar-se na realidade, concretizando as relações iniciadas na Internet.

Um grupo de pesquisa da New York University - NYU (McKenna, Green & Gleason, 2002) supunha que as pessoas que podem revelar de uma melhor forma o seu verdadeiro “eu” para outros na Internet, do que no contacto face a face seriam mais propensos a formar relacionamentos íntimos online e tenderiam a trazer os relacionamentos virtuais para as vidas reais.

Segundo Young (2011), a Internet pode ser vista como uma ferramenta tecnológica, capaz de ser utilizada como um meio de comunicação entre os seres humanos, não obstante, o uso desmedido e excessivo da Internet começou a apresentar resultados que apontam para a ocorrência de modificações nos hábitos que envolvem os relacionamentos interpessoais.

Quando utilizada em moderação, a Internet pode ser uma boa ferramenta em vários campos da nossa vida, mas quando é utilizada em exagero e sem limites, pode-se tornar problemática.

O uso da Internet proliferou por várias áreas da vida quotidiana dos indivíduos, sendo estas áreas relacionadas com domínios tão distintos como a comunicação com os outros ou educação (Alpaslan, Soyly, Kocak, & Guzel, 2016). Desde os anos 90 que o uso da Internet aumentou para a grande maioria dos indivíduos, principalmente para os adolescentes (Viveiro, Marques, Passadouro, & Moleiro, 2014). Em Portugal, o acesso à Internet em casa tem vindo a aumentar de ano para ano, encontrando-se presentemente em 74% das famílias portuguesas.

Com a utilização da Internet, começaram a surgir as primeiras redes sociais *online*, podendo estas ser definidas, como Body (2007), explica como “serviços baseados na *web* que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, articular uma lista de outros usuários com quem eles partilham uma ligação, e ver e percorrer a sua lista de ligações e aqueles feitos por outros dentro do sistema”.

O aparecimento das redes sociais possibilitou a comunicação interpessoal, até porque “conectar as pessoas com outras pessoas é uma tarefa central em sites de redes sociais online” (Pizzato, 2012).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A Internet tem vindo a apresentar um papel fulcral no desenvolvimento das redes sociais, na medida em que a internet tem sido um meio social usado para facilitar a comunicação com os outros (Dutton, 2013).

Eis que surge, então, a Internet de banda larga móvel. Decorrente disto, os sites de encontro online deixam de existir, somente, nos computadores e passaram a estar presentes, também, nos *smartphones* e *tablets*.

A Internet passou a representar uma nova relação no sentido dado pelas expressões ‘presença’ e ‘ausência’, já que estar presente na contemporaneidade, não necessariamente significa estar próximo. E ainda, estar ausente, não necessariamente, se refere a estar distante.

Uma das vantagens da Internet é o facto desta ser considerada como facilitadora, no que diz respeito à fluidez das relações e à circulação constante de informações.

A velocidade das conexões em rede passa a ser considerada como o ‘combustível’ que dita à velocidade das relações. A Internet e suas interfaces são o meio de comunicação e de interação que favorece as trocas de mensagens e informações a todo tempo, sem limites de espaço e distância.

A Internet contribuiu para repensar o modelo de uma estrutura fechada em rede para um processo de associação (Latour, 2005; Castells, 2009; Lemos, 2010; Recuero, 2010; Pelipenko, 2013).

A partir das associações, o indivíduo pode transformar-se (Chaves, 2008; Castell, 2009). Da mesma forma que as relações afetivas podem ser favorecidas através de um ambiente virtual, também, as comunicações à distância podem possibilitar o estabelecimento de relações interpessoais (Bauman, 2004; Nicolaci-da-costa, 2005; Chaves 2008).

As conexões permitidas com a Internet aumentaram o número de amigos, não obstante, contribuíram para o afastamento do indivíduo das relações sociais reais e presenciais. Isto pode ser considerado um problema, visto que o número de amigos virtuais, pode ser aumentado, todavia, o sentimento de solidão também o é. Tal facto, prende-se com a emersão dos sujeitos neste que é um mundo virtual (Vasconcelos, 2014).



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Ademais, também se critica a instrumentalidade do ser humano nas relações uma vez que os relacionamentos e laços formados por conexões são uma combinação de ausência e presença (Giddens, 1991) onde o existir está ligado a uma ação (Latour, 1991).

### **1.2. A experiência da Internet**

Alcançar alta usabilidade exige que o *design* do site se concentre nas necessidades dos utilizadores da Internet e organize a navegação para tornar a experiência *online* mais tranquila. Portanto, qualquer site de Internet deverá oferecer uma experiência de navegação positiva aos utilizadores, através da organização de conteúdo apropriada, informações claras e concisas sobre os produtos e serviços, navegação fácil, entre outros (Nielsen & Norman, 2000).

Além disso, uma experiência de navegação positiva contribui para a satisfação do consumidor *online*, que é amplamente aceite como um dos componentes mais influentes do comportamento e, concomitantemente, um elemento chave na construção de relacionamentos duradouros e bem-sucedidos com os consumidores (Valkonen, 2009).

É geralmente reconhecido que o nível de satisfação geral dos indivíduos com a navegação afetará positivamente a sua própria perceção sobre o site a ser utilizado (Szymanski & Hise, 2000), aumentando, assim, a intenção de voltar a visitar e a utilizar o site (Castañeda, Muñoz-Leiva, & Luque, 2007).

Portanto, o efeito dos utilizadores em relação à escolha de um site ou plataforma *online* é fortemente influenciado pelo grau e nível de satisfação durante a sua experiência de navegação (McKinney, Yoon, & Zahedi, 2002; Szymanski & Hise, 2000), e pela relevância da informação disponível no site (Chen & Tsai, 2007), e a utilidade percebida do site (Castañeda et al., 2007).

Apesar dos fatores positivamente relacionados com a imagem afetiva, alguns estudos realizados anteriormente relataram que o risco percebido *online* é um dos principais fatores que podem fazer com que os utilizadores se sintam inseguros e vulneráveis durante a sua experiência *online* (Chung et al., 2015; Vainikka, 2013).

## **2. As Redes Sociais**

### **2.1. Principais conceitos**

Torna-se, premente, numa primeira instância decompor o termo “Rede Social”. Este em inglês é comumente conhecido como “Social Media”.

Wasserman e Faust (1994) significam e decompõem esta palavra, como sendo provenientes de duas áreas, designadamente da sociologia e das ciências da comunicação. Os “Media”, são vistos como um canal que difunde a informação, dados e histórias. Por sua vez, o “Social”, em particular nestas plataformas, refere-se a todo o conjunto de elementos que compõem a estrutura destas redes, sendo indivíduos, Organizações Empresariais e/ou outros grupos sem fins lucrativos.

O termo Rede Social Online deriva de “Social Network Site” que pouco difere do termo publicamente utilizado “*Social Networking Sites*” que “ênfatiza a iniciação de relação” entre os utilizadores, embora esta prática também possa ser utilizada secundariamente noutros sites (Boyd & Ellison, 2008, p. 211).

Desta forma e, com os dois conceitos unidos, os “*Social Media*” são estruturas que possibilitam a comunicação entre indivíduos, bem como partilha de histórias, informações, entre outro tipo de dados (Wasserman e Faust, 1994)

Pode considerar-se que uma rede social é constituída por um conjunto de atores (nós da rede), juntamente com as ligações efetivadas entre eles. Estas podem ser analisadas através da Análise de Redes Sociais (ARS), possibilitando o estudo das redes sociais através do mapeamento e descrição das ligações efetuadas entre os atores ou utilizadores.

Como mencionado anteriormente, as redes sociais têm sido alvo de um enorme crescimento, no decorrer dos últimos dez anos. A própria Internet permitiu, através das evoluções tecnológicas, a emergência de algumas redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, o *Twitter*, o *Youtube* e, mais recentemente, o *Instagram* (Brenner, 2013).

Este aumento de popularidade resultou numa utilização diária por parte de muitos utilizadores (Stone, 2009).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Para Kaplan e Haenlein (2010), as redes sociais referem-se a um vasto grupo de pessoas que utilizam uma determinada rede social e esta utilização transforma-se, de certa maneira, numa criação e partilha de conteúdo.

As redes sociais fornecem meios para uma maior comunicação com outros indivíduos, através da publicação de conteúdo como atualização de estados e discussões (Wright & Hinson, 2009).

Boyd e Ellison (2007), Green (2011) e Henderson e Bowley (2010) explicam que nas diferentes redes sociais persistem características comuns, como por exemplo, aplicações *online*, plataformas e tecnologias.

Subjacente ao conceito de redes sociais deverá estar a compreensão dos processos interativos e de um método de análise, todavia, importa destacar uma importância maior ao entendimento da estrutura social, que ocorre por meio dos estudos das interações e dos fenómenos que a permeiam (Fontes & Stelzig, 2004).

As redes sociais têm vindo a tornar-se numa ferramenta cada vez mais utilizada no nosso quotidiano, onde se tem observado um crescimento exponencial de utilizadores que acedem às diferentes plataformas diariamente.

Luchman et al. (2014) definem as redes sociais como interações realizadas na Internet, através da criação de conteúdo, bem como partilha ou publicação de informação junto de uma comunidade de outros utilizadores.

Haythornthwaite (2005) caracteriza as redes sociais como um fenómeno algo peculiar, no que diz respeito aos laços sociais, na medida em que nestas redes é possível a conexão com outros indivíduos, partilhando e demonstrando de certa forma essas conexões, sendo possível ver a interação entre outros indivíduos, como também aumentar as redes de contactos mais facilmente e encontrar outras pessoas.

Howard e Parks (2012) estabelecem três pontos principais que formam a base para definir as redes sociais. O primeiro refere-se à possibilidade de produzir e observar informação nas redes sociais que são criadas pelos utilizadores. De seguida, referem o modo digital em que tudo se processa, desde as mensagens escritas, os produtos (aplicações, jogos, entre outros) e, por fim, os agentes intervenientes nestes meios, desde indivíduos particulares

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

até às grandes organizações empresariais, que são fundamentais na produção de conteúdo para que assim todo este processo e todo este fenómeno funcione diariamente.

As redes sociais vieram transformar o modo como a sociedade interage entre si. Estas passaram a ser vistas como um meio para obter informações pessoais sobre outras pessoas. Estas plataformas vêm, de certa forma, atenuar o esforço para retirar algumas impressões pessoais sobre os outros (Westerman et al. 2008).

De acordo com Boyd e Ellison (2007), as redes sociais apresentam como primordial finalidade a promoção da interação entre os vários utilizadores.

Ellison et al. (2007) reforçam este conceito, afirmando que a rede social Facebook não é usada maioritariamente para conhecer e encontrar novas pessoas, mas sim para manter ou reforçar relações, já estabelecidas anteriormente. Estas relações nascem, normalmente, de um conjunto de aspetos comuns aos indivíduos, sejam de trabalho, de escolas e/ou universidades.

Paralelamente, as redes sociais são um veículo cada vez mais utilizado pelas Marcas, as quais adotam este meio para fazer chegar e/ou comunicar os seus produtos aos clientes, criando uma interação diferente entre estes dois sujeitos/participantes que não era possível haver no passado.

A agregação de algumas centenas de milhões de indivíduos em redes sociais não constitui apenas um fenómeno sem precedentes, mas também, se encontra em processo de intensificação. O número de utilizadores tem vindo a intensificar-se e massificar-se.

As redes sociais apresentam um impacto na vida dos utilizadores, essencialmente, pela função comunicativa, que estas apresentam. Esta forma de comunicar tem vindo a substituir hábitos antigos e a criar novas formas de comunicação na sociedade (Ellison, Lampe, & Steinfield, 2009).

O interesse “da análise das redes sociais reside nas relações entre entidades sociais, e nos padrões e implicações dessas relações” (Wasserman & Faust, 1994, p. 3).

Os utilizadores da rede são unidades “interdependentes” que criam ligações e transferem recursos entre si, modelando a estrutura social da rede através da ação individual, de cada “ator”, (Wasserman & Faust, 1994, p. 4), ou seja, de cada utilizador perante os grupos ou subgrupos existentes.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A construção de uma rede social “é um processo complexo em que muitos indivíduos [utilizadores] tentam simultaneamente satisfazer os seus objetivos sob múltiplas, possivelmente conflituosas, restrições” (Kossinets & Watts, 2006, p. 88). Este processo cria certos padrões que são definidos pelos utilizadores, e permitem analisar os padrões interativos de comportamento dos mesmos, embora os dados recolhidos não sejam na generalidade absolutos e estejam em constante mudança.

Uma rede social é formada por vários utilizadores que se agrupam de forma complexa e finita definindo um conjunto de “nós” e relações entre eles, diretas e indiretas (Hogan, 2008).

Os milhões de utilizadores das redes sociais integram na sua rotina o ato de comunicar, de acordo com as capacidades tecnológicas dos mesmos que correspondem aos seus interesses e práticas.

Os utilizadores ligam-se a outros utilizadores conhecidos ou desconhecidos, chegando a pesquisar por interesses, perspetivas políticas ou atividades em comum e estas redes sociais chegam a satisfazer diversos públicos. Daí que existam redes sociais que interessem mais a determinados utilizadores, culminando num público com identidades semelhantes e variando as capacidades de comunicação, restringindo-se ou não à partilha de fotografias, vídeo, texto ou conectividade exclusivamente móvel (Boyd & Ellison, 2008).

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 2.2. A Evolução das Redes Sociais

A evolução do jornalismo encontra-se ligada ao aparecimento de novas tecnologias. A imprensa de caracteres móveis, o telefone ou os computadores são apenas três exemplos de tecnologias que alteraram as rotinas de produção noticiosa em diferentes momentos da história do jornalismo (Silva, 2015).

Na última década, as grandes mudanças no campo do jornalismo estão relacionadas com uma tecnologia que se transformou num novo meio, a Internet, com particular destaque para um dos seus serviços, designadamente a *World Wide Web* (Silva, 2015; Lima, 2015).

Criada no início da década de 90, a *Web* parecia ser apenas mais um serviço da Internet, como o correio eletrónico, não obstante, a realidade mostrou algo diferente, designadamente, apenas cinco anos após o seu aparecimento, o número de utilizadores da *Web* crescia a um ritmo superior a 100% (Lima, 2015).

O aumento exponencial de conteúdos disponíveis, o desenvolvimento de *browsers* mais intuitivos e o aparecimento do *Blogger* (1999), do *Facebook* (2004), do *Youtube* (2005) e do *Twitter* (2006) transformaram a *Web* no grande motor da Internet que passou de 16 milhões de utilizadores, em dezembro de 1995, para cerca de 1,8 mil milhões, em Dezembro de 2009 (*Internet World Stats*) (Silva, 2015)

As aplicações que alavancaram a sucesso da Internet ou *Web 2.0* são, também, as mais utilizadas pelos jornalistas no seu dia a dia. Algumas delas, como as redes sociais e os blogues, alteraram profundamente as rotinas de produção noticiosa, estando hoje perfeitamente integradas na atividade profissional jornalística, sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção jornalístico: a recolha de informação e a distribuição de notícias.

Manuel Castells considera que existe empreendedorismo na criação de sites, mas que as redes sociais *online* são um produto dos próprios utilizadores, uma vez que estes determinam critérios em função das suas necessidades e se juntam de acordo com as suas preferências ou interesses. Considera também que “a chave para o sucesso não é o anonimato, mas pelo contrário, a autoapresentação de uma pessoa real ligar com pessoas reais” (Castells, 2014) já que existem conexões entre as redes do mundo online e as da vida offline sendo

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

progressivamente afastadas as visões dualistas que entendiam estas duas dimensões como apartadas.

Através das redes sociais, os utilizadores têm a possibilidade de verem alargadas as suas redes de contacto mediado, isto devido a características próprias da internet e de lhes ser dada a oportunidade de, através destas, comunicar com aqueles com os quais provavelmente não conseguiriam entrar em contacto, de outra forma. Esta ligação poderá acontecer através de elos em comum, indivíduos ou interesses, o chamado *match* (Dutton, 2013).

A expansão da rede de contactos através das redes sociais *online* possibilita uma oportunidade para aqueles que possam ser alvo de algum tipo de estigma social, ou que também, possam experienciar alguma dificuldade social, no que diz respeito ao encontro de um companheiro. Isto, pode estar relacionado, possivelmente, com o facto de algumas plataformas de encontros *online* não serem exclusivos para pessoas com determinada orientação sexual, raça ou ideologia religiosa e para indivíduos com destreza social (Best, 2012)

*Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Pinterest*, são alguns dos variados nomes de plataformas que prometem o mesmo: conectar as pessoas. E o número não se restringe às mais conhecidas e/ou antigas redes sociais. Além destas aplicações, existe um conjunto e variedade de aplicações, disponíveis para dispositivos móveis que são lançados, a cada dia, para complementar a experiência (Portella, 2015).

Em 2012, surgiu o Tinder, desenvolvido para funcionar em parceria com o Facebook, o programa que prometia: o amor mora ao lado (Souza, 2016)

Diante da proliferação dos sites de redes sociais e do crescente número de amigos, seguidores e contactos em tais serviços *online*, poder-se-ia supor que a amizade vive o grande pico na história da humanidade. Por outro lado, a convivência com amigos é desafiada pela rápida e stressante vida do quotidiano (Portella, 2015).

A família passa a conviver menos em casa, a amizade e as relações amorosas desvanecem na vida atribulada e no trabalho os relacionamentos revestem-se pela dificuldade em se fortalecer.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A popularização dos sites de redes sociais poderia levantar a suspeita de que o uso integrado de diferentes serviços digitais de comunicação *online* seria desnecessário. Ora, apenas o *Facebook* seria suficiente para as mais diferentes necessidades, tendo em vista o leque multimodal que oferece. Contudo, a supremacia isolada do *Facebook* não parece ter sido confirmada. Em 2014 os media relataram com grande interesse a saída de muitos adolescentes do *Facebook*, fugindo da vigilância dos seus pais e familiares que passaram a usar a plataforma (Jivanda, 2013; Tate, 2013).

Mesmo assim, o incremento no uso de *Instagram* e *WhatsApp*, para finalidades diferentes, não diminuiu o controle da empresa *Facebook*, uma vez que estes dois serviços pertencem aos mesmos criadores do *Facebook*. Por outro lado, com o crescimento de aplicações como o *Snapchat*, serviços de redes sociais para fins específicos (como procurar parceiros sexuais) e determinados grupos (público gay), torna-se possível antecipar que a prática polimidiática e as conversações fluidas não têm tendência a desaparecer (Primo, Valiati, Lupinacci & Barros, 2017).

As aplicações (*apps*) de relacionamento surgem dentro da proposta das redes sociais como programas que são desenvolvidos por empresas ou pelos próprios utilizadores (Silva, 2011).

As aplicações sociovirtuais, contribuíram em grande parte para o sucesso atual do site *Facebook*, na medida em que a maior parte das aplicações presentes, atualmente, na Internet ou mundo virtual, se encontram veiculados à rede social *Facebook*. Decorrente deste facto, os utilizadores encontram-se incentivados a permanecer, grande parte da sua navegação, nesta aplicação (Silva, 2011).



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **2.3. A Sociabilidade**

A participação, na Internet, ocorre através de um sistema que estimula as relações, as partilhas e as trocas entre os utilizadores, isto é, corresponde a um sistema que incita a colaboração de quem quer que esteja disponível para entrar em interação com outros por intermédio da plataforma.

A utilização de qualquer plataforma fomenta a “cultura da participação” (Shirky, 2010), “cultura expressiva” (Allard, 2007; Tufekci, 2008) ou “cultura participativa” (Jenkins, 2008), envolvendo as trocas de ideias, compartilhamento e colaboração.

Anos mais tarde, surgiram os *blogs*, as redes sociais, os *sites* de partilha de músicas, imagens e vídeos, da mesma forma que outros serviços e funcionalidades, que estimulam a colaboração entre os distintos utilizadores (Santos & Cypriano, 2014). Por conseguinte, se, por um lado, o desenvolvimento das tecnologias digitais produziu plataformas relacionais, isto é, ambientes informacionais adequados à coparticipação, por outro, os criadores destas plataformas encarregaram-se de criar modos originais de utilização delas por uma contribuição ativa nos processos que se apresentavam a eles ou nos processos que eles inventavam (Santos, 2012).

Antigamente, a utilização da Internet era essencialmente instrumental, isto é, era utilizada como um instrumento para atividades, como por exemplo, recolha e difusão de informação, tratamento e transmissão de dados, textos, sons ou imagens, pesquisa e aprendizagens (Santos & Cypriano, 2014).

Atualmente, a Internet deixou de ser utilizada, somente, de modo instrumental, passando, concomitantemente, a ser utilizada como um veículo para alcançar e estabelecer laços e relações sociais (Santos, 2012).

Devido a esta mudança, torna-se crucial salientar a importância de criar e manter laços sociais, uma vez que estas são consideradas atividades delicadas, exigindo atenção, habilidade, disposição e tato.

Sabe-se que é característico de qualquer plataforma oferecer um serviço facilitador na formação de laços sociais (Castells, 2009). Tudo começa com um levantamento da totalidade dos utilizadores com os quais um indivíduo recém registado ou inscrito, já tenha estabelecido

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

algum tipo de contacto. Através de um dispositivo móvel, de forma fácil e simples, fica disponível ao novo utilizador um catálogo de ofertas, onde se encontram os nomes e as imagens dos perfis de indivíduos com os quais ele já trocou e-mail e que, como ele, estão ali para estabelecer laços sociais (Santos & Cypriano, 2014).

No *Facebook*, por exemplo, o catálogo de potenciais amigos é composto de indivíduos que, de alguma maneira, são familiares para quem os recebe como opção, de forma que a visão dos perfis constitui uma espécie de reencontro (Castells, 2009). Por isso grandes surpresas, múltiplos afetos, interesses variados ficam envolvidos no olhar para as faces que ali se dispõem.

Basta um movimento muito simples, um click, para dar início a um novo laço social ou para atualizar algum já existente (Santos & Cypriano, 2014).

A proposta é que ali sejam todos amigos ou amigos de amigos. Quanto mais à vontade os indivíduos se sentem, mais podem partilhar as suas particularidades, ao mesmo tempo que os amigos só fazem se multiplicar. Há sempre novos amigos que vão sendo sugeridos, com os seus devidos perfis. Tudo isto contribui para a multiplicação dos laços sociais entre os utilizadores (Cypriano, 2013).

É notável como as redes sociais que se desenvolvem em qualquer plataforma são afeitas à sociabilidade. Incorporam o carácter simétrico e lúdico que a define. Fazem-no, em grande parte, pelas características típicas do serviço: todos são amigos, as trocas se fundam em partilhas, em comentários, entre outros (Santos & Cypriano, 2014).

As redes de sociabilidade são, a propósito, muito recetivas às dinâmicas típicas de jogos. Tendem a incorporar tanto os jogos propriamente ditos, como também os “jogos sociais” no sentido proposto por Simmel (Cypriano, 2013).

Alguns sinais do aspeto lúdico que acompanham os jogos da sociabilidade nas redes sociais *online* são o bom humor, quando não o entusiasmo, continuamente reiterados nos comentários que se tecem entre os amigos do Facebook (Santos & Cypriano, 2014). Estes jogos de sociedade tornam-se cada vez mais evidentes devido às várias aplicações que circulam nas redes sociais e que promovem brincadeiras. Com estas podem surgir novos laços sociais.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Nas redes de sociabilidade *online*, os membros são conhecidos pelas mesmas características utilizadas para a identificação dos indivíduos na vida offline, a saber, a fotografia, idade, género, atividade profissional, entre outros.

A ‘nova’ sociabilidade aqui é compreendida como uma sociabilidade prática e dinâmica. Mediados pela Internet, e pela velocidade dada pela rede, os indivíduos passam a transferir essa mesma velocidade às relações interpessoais das quais fazem parte, sejam nos relacionamentos amorosos ou não.

Nas interações que ocorrem na Internet e também na aplicação Tinder, a sociabilidade acontece sempre que existir comunhão de interesses: a sociabilidade dá-se quando ocorre a reciprocidade (Santos & Cypriano, 2014).

No caso do Tinder, a reciprocidade acontece sempre que um novo match acontece. Nesse momento, as fotos e o perfil representam o utilizador e a combinação com o outro passa a significar o interesse mútuo, passando a uma releitura do ‘querer’.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **2.4. Da Internet Instrumental à Internet Relacional**

A web 2.0, chamada de segunda geração da internet, é essencialmente caracterizada pela participação dos utilizadores, pela sua abertura para a utilização e pelos efeitos de rede que produz (Relva, 2015).

Segundo os autores, Santos e Cypriano (2014), a participação ocorre por meio de um sistema que estimula as relações, as partilhas e as trocas entre os utilizadores, isto é, um sistema que incita a colaboração de quem quer que esteja disponível para entrar em interação com outros por intermédio da plataforma.

O uso de qualquer plataforma fomenta aquilo que já tem sido chamado de “cultura da participação” (Shirky, 2010), “cultura expressiva” (Allard, 2007; Tufekci, 2008) ou “cultura participativa” (Jenkins, 2008).

Desde meados da primeira década do milénio, os indivíduos têm à sua disposição um conjunto de dispositivos digitais, cujo ajustamento, é de operação bastante intuitiva e que convida todos os utilizadores ao uso coletivo em condições de partilha.

Nos últimos tempos, as facilidades operacionais que a Internet tem disponíveis possibilita aos seus utilizadores o estabelecimento de múltiplas formas de relação entre eles no interior de plataformas de interação *online* (Relva, 2015). Isto pode associar-se às apropriações dessas operacionalidades para fins de participação, colaboração e utilização compartilhada, o que tem mudado o perfil da Internet de forma significativa. Todavia, para além das novidades tecnológicas que contribuem decisivamente para a construção de novos quadros de referência, para as ações individuais e/ou coletivas, as dinâmicas que se encontram em operação nesses quadros são primordialmente sociais e culturais (Santos & Cypriano, 2014).

Antes, a utilização da rede era fundamentalmente instrumental, isto é, ela era usada principalmente como instrumento para atividades, designadamente para a recolha e difusão de informação, tratamento e transmissão de dados, textos, sons ou imagens, pesquisa e aprendizagens (Santos, 2012). Atualmente, a ênfase nos operadores de participação coletiva e de colaboração entre os indivíduos tem feito com que os traços fortes de uma Internet instrumental se atenuem em benefício dos de uma Internet social (Santos & Cypriano, 2014).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Isso ocorre, na medida em que o caráter de ferramenta útil da Internet muito rapidamente tem cedido espaço a um caráter de utilização dela cujo traço distintivo é a formação de coletivos organizados sob o modo das redes sociais (Nogueira & Silva, 2016).

Naturalmente, a emergência dos dispositivos móveis e, com eles, a disseminação da informática ubíqua e da internet móvel, outra coisa não fizeram que intensificar essa mudança de ênfase na natureza da rede (Nogueira & Silva, 2016).

O que se observa é um indivíduo que tende a estar cada vez mais tempo conectado, isto é, em comunicação constante com aqueles com quem mantém relações, com as redes sociais de que participa, utilizando a conectividade, recentemente adquirida para informar os pares e amigos sobre o que se passa com ele e no seu dia-a-dia, não raro com a riqueza de detalhes possíveis tão somente às testemunhas oculares.

Torna-se premente refletir sobre os efeitos que estas novidades provocam na forma como estamos habituados a pensar relativamente às ciências sociais, como característico do indivíduo ou da individualidade, do sujeito e das ressonâncias que elas têm para o que chamamos de sua subjetividade, ou ainda sobre a indagação sobre as relações entre o público e o privado num contexto em que todas as facilidades são concedidas aos membros das redes sociais para o exercício de novos modos de expressão de si. Por fim, mas não menos importante, na busca de compreensão das possíveis transformações que tais modalidades engendram naquilo que denominamos de sociabilidade, frequentemente pensada como ancorada apenas nas relações face a face (Nogueira & Silva, 2016).

As múltiplas questões a serem consideradas justificam-se pelo facto de que a Internet social admite uma grande quantidade de sites com perfis bastante distintos. Tanto há os serviços de trocas entre amigos ou entre amigos dos amigos, como há os que se fundam nas comunidades de gosto, de preferência ou de interesse.

Tanto há plataformas de partilha de produções que emanam dos membros da plataforma ou de mundos virtuais compartilhados, como há aquelas onde a partilha de interesses comuns e a troca de informações sobre eles constituem a tónica das relações entre os participantes essas novidades têm enorme repercussão sobre os indivíduos e suas relações (Baldanza, 2007).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A esse propósito, deve-se dar atenção ao facto de que não somente as diferentes plataformas criam diferentes ambientes relacionais, como dão origem a maneiras diversas de enredamento dos membros conforme o estatuto dos indivíduos que se ligam, a natureza dos laços que os unem, o número de contatos que elas possibilitam ou a frequência das trocas que elas fomentam.

Em qualquer hipótese, todavia, nos sites de rede social, toda a troca de informação é troca entre utilizadores do site, isto é, entre membros da rede social.

### **3. A liquidificação do amor**

Os tempos modernos e, agora, os tempos pós-modernos (para alguns) causaram um estado de fusão na sociedade humana, de acordo com Bauman (2004). Para ele, houve uma transformação do estado sólido para o líquido na vida e essência da sociedade contemporânea. Evidencia-se, então, o conceito de “líquido mundo moderno” – algo similar à frase antológica de Marx: “tudo o que é sólido desmancha no ar”. Amor Líquido é, destarte, uma reflexão crítica do autor sobre o quotidiano do homem moderno, que ressalta “a fragilidade dos laços humanos”. Dividido em quatro capítulos (Apaixonar-se e desapaixonar-se; Dentro e fora da caixa de ferramentas da sociedade; Sobre a dificuldade de amar o próximo; Convívio destruído), Bauman (2004, p. 8) considera o “cidadão de nossa líquida sociedade moderna” como *Der Mann ohne Verwandtschaften* – o homem sem vínculos – e objetiva, no livro, “traçar um painel de esboços imperfeitos e fragmentários, em lugar de tentar produzir uma imagem completa”.

Esta cultura consumista do amor, então, serve de cenário para o segundo capítulo: Dentro e fora da caixa de ferramentas da sociedade. O sentimento do imediatismo oferece consequências à “líquida, consumista e individualizada sociedade moderna”. O resultado de intensificação da velocidade globalizante é pontificada por Bauman (2004) na sentença: “a solidariedade humana é a primeira baixa causada pelo triunfo do mercado consumidor”.

Segundo Bauman (2004), “o amor próprio é construído a partir do amor que nos é oferecido por outros”. Evidencia-se a construção de amar a si mesmo somente quando há o mesmo sentimento – no caso, amor – manifestado por outros que “devem nos amar primeiro para que comecemos a amar a nós mesmos”, finaliza.

#### **4. Encontros online – *Online dating***

Os princípios de funcionamento das plataformas de *online dating* ou de encontros online são idênticos aos de outras redes sociais, isto é, ambos apresentam como primordial finalidade arranjar forma dos utilizadores se interligarem e comunicarem uns com os outros, de forma global.

Apesar deste objetivo principal poder ser considerado, por muitos, como uma grande vantagem, é de salientar que existem algumas especificidades, podendo estas ser definidas como “site dedicado a permitir os participantes a conhecer outros, permitindo publicar a sua página de perfil, procurar os perfis de potenciais parceiros e enviar e receber mensagens de interesse” (Best, 2012).

Dependendo da natureza e definição da rede os propósitos e processos podem alterar-se. Neste sentido, o “*online dating* refere-se mais especificamente a uma variedade de atividades de iniciação de relações, incluindo seleção de um potencial parceiro, ter um primeiro contacto online com o mesmo antes da relação migrar para o offline” (Sprecher, 2009).

Como atividades de iniciação de relação pode-se, desta forma, contemplar o registo numa plataforma, a construção de um perfil e a seleção de um conjunto de características que se pretende encontrar num possível parceiro.

No sentido mais lato, “o termo *online dating* capta uma grande série de comportamentos e práticas que fazem uso das comunicações mediadas por computador para facilitar a interação romântica e sexual” (Best, 2012). Assim sendo, pode-se então reiterar que estes sites podem ser compreendidos como um sistema através do qual os utilizadores registados podem estabelecer ligações e comunicar entre si, através de dispositivos ligados à Internet, com o objetivo de estabelecerem um relacionamento amoroso (Sepúlveda, 2016).

“Mais pessoas estão a envolver-se romanticamente através de relações mediadas através de computador” (Anderson, 2006, p. 153) e a procura e oferta deste tipo de serviços baseados na Internet, pode dever-se a alterações na forma como os indivíduos se estão a relacionar com os outros, consequência das alterações na vida pessoal e profissional, a uma crescente presença da internet e da forma como adotam as tecnologias nas suas vidas e

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

consequentemente da forma como este tipo de plataformas se imiscuíram na sociedade e como se passam a classificá-las socialmente.

“Nos últimos anos, o uso de sites de *online dating* ou serviços pessoais online evoluiu de uma prática marginal para uma prática social dominante” (Ellison, 2006, p.416), o que permite concluir que recorrer aos mesmos passa (plataformas de encontro online), passa a ser uma prática mais comum entre os utilizadores da Internet.

Considera-se, fundamental, recordar ainda que o processo de encontrar um parceiro online pode ser mais rápido, do que através do processo tradicional, visto que o mesmo se processa através de um dispositivo tecnológico, ou seja, a comunicação é mediada constituindo esta característica um fator diferenciador já que o que “faz com que o *online dating* seja significativamente diferente do *offline dating* é a falta de comunicação face-a-face” (Kang, 2011).

Esta ausência de relação cara a cara, aliada à construção de um perfil em que o utilizador pode eleger que informação partilhar apresenta outras condições tais como o "relativo anonimato, reduzida importância da aparência física, a atenuação da distância física e maior controle sobre o tempo e ritmo de interações” (Guadagno, 2011).

Para além destes fatores que podem ser considerados como vantagens, este tipo de plataformas também veio trazer alguns desafios aos seus utilizadores, seja pela forma como estes se apresentam, seja pelas palavras ou símbolos que estes elegem para comunicar, para expressar emoções ou pelo tipo de fotografias que partilham (Sepúlveda, 2016).

Os aspetos que os utilizadores revelam sobre si nas plataformas de *online dating*, podem ser determinantes na construção de um juízo de valor sobre estes e podem consequentemente levar ou não ao contacto por parte de outrem (Sepúlveda, 2016).

A forma como os utilizadores se apresentam, seja na forma escrita ou através de fotografias, podem ser decisivos para iniciar um contacto, estabelecer uma comunicação e posteriormente através da troca de mensagens avaliar se fará sentido a relação evoluir do online para o offline (Sepúlveda, 2016).

Nas plataformas em que se procurará e avaliará alguém para ser um possível parceiro, os dados revelados pelos mesmos são fundamentais, uma vez que o utilizador procurará nos



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

outros, características, sejam elas físicas ou não, que cada um considere preferencialmente ideais. Assim sendo, esta construção do perfil, ou seja, do Eu online dos utilizadores, poderá ter impacto nos resultados.

Rosen (2008) recorre a estudos de McKenna (2002) e justifica que, segundo os mesmos, “aqueles que melhor apresentavam o seu Eu, tinham mais probabilidade de formarem relações online mais estreitas” (Rosen, 2008).

É então lançado ao utilizador o desafio de realizar a sua autoapresentação, em algumas delas através de um número limitado de caracteres e fotografias, e será através dessa apresentação que o vão avaliar. O utilizador realiza então o processo de construção do seu Eu *online*.

## **5. Tinder**

### **5.1. Definição/Principais conceitos**

O Tinder é uma aplicação disponível para smartphones, presente no mercado português desde 2012, disponível para smartphones e tablets com sistemas iOS ou Android. Mundo fora, o Tinder possui 100 milhões de usuários (Sindy & Ligtenberg, 2017).

O Tinder foi criado no ano de 2012 por Mateen, Sean Rad, Jonathan Badeen e Christopher Gulczynski, todos alunos da Universidade do Sul, na Califórnia, Estados Unidos (Nogueira & Silva, 2016).

Esta aplicação funciona com base na geolocalização, numa estrutura de jogo, cujo objetivo primordial passa por ligar um utilizador a outro(s), após critérios de procura como género, idade e distância a serem definidos, pelo próprio utilizador (Souza, 2016).

As decisões tomadas tendem a ser rápidas, tendo em consideração a dinâmica da própria aplicação, na medida em que pode condicionar a ação, por norma irreversíveis, e baseadas num conjunto de informações que os utilizadores partilham sobre si: nome, idade, conjunto de fotografias e autoapresentação.

As fotografias e a biografia/autoapresentação não são de carácter obrigatório (Portella, 2015).

O registo obriga a que o utilizador tenha um perfil criado no Facebook e a aplicação recolhe nesta rede social online informações como: as últimas seis fotografias de perfil, a idade, os interesses públicos, o emprego atual e a escola criando automaticamente o perfil que pode ser editado, ou até mesmo, as fotografias serem apagadas (Portella, 2015).

É ainda disponibilizado um espaço de 500 caracteres reservado para que o utilizador possa construir a sua autoapresentação, assim como dada a possibilidade de integrar a conta de Instagram (Sepúlveda, 2016).

Apesar da partilha de informação entre o Tinder e Facebook, é mantida a privacidade das ações.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

O *upload* de fotografias poderá ser feito através das imagens publicadas nas duas redes sociais, anteriormente mencionadas, ou também, através da biblioteca guardada no álbum do telemóvel (Sepúlveda, 2016).

Esta, por um lado, obrigatoriedade de ser necessário ter um perfil no Facebook para se registar no Tinder e, por outro, a possibilidade de integrar a conta de Instagram, poderá ser equacionada como uma estratégia que visa inculcar uma maior veracidade no perfil criado e a mitigação de criação de falsos perfis - uma apresentação do eu com dolo consciente (Portella, 2015).

A aplicação, de forma retórica, não se posiciona especificamente como uma aplicação de *online dating*, mas sim como uma rede social para pessoas se conhecerem, não obstante, os utilizadores seja pela lógica de funcionamento, pela arquitetura ou inclusive pelos símbolos visuais, trataram de a apropriar dessa forma atribuindo-lhe diferentes funções e utilizando-a não apenas como uma aplicação para conhecer outros, mas também com o intuito de desenvolver mais do que uma relação de amizade (Sepúlveda, 2016).

De acordo com Bar (2007), consiste na “transformação de práticas sociais, económicas ou políticas através da apropriação da tecnologia móvel” (Bar, 2007). São então introduzidas novas dinâmicas que conferem a possibilidade de indivíduos estabelecerem contacto através da tecnologia, sem precisarem de se conhecer pessoalmente.

O funcionamento é simples e intuitivo. Após a definição de critérios vão surgindo perfis de utilizadores e em função do interesse, o utilizador deslizará a foto do perfil apresentado para a direita ou para a esquerda ou clica nos símbolos coração ou cruz, não recebendo o utilizador do perfil informação sobre se foi aceite ou rejeitado.

Existem diferenças entre versão gratuita e a paga, como por exemplo retroceder decisões.

Se dois utilizadores retribuírem mutuamente o interesse, o Tinder considera que “*It’s a Match*” e, a partir desse momento, podem trocar mensagens através do *chat* disponibilizado pela a aplicação. Torna-se, fundamente, salientar este aspeto. A possibilidade de contacto, somente, emerge após o *match* ter sido efetuado.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A principal diferença do Tinder, em relação a alguns sites tradicionais, é que este se baseia na construção rápida de um perfil e as sugestões de resultados podem estar mais direcionadas. A análise de resultados poderá ser considerada mais superficial, na medida em que é baseada em fotos e na pouca informação disponibilizada (Sepúlveda, 2016).

Ao assentar em dispositivos móveis e na geolocalização, esta aplicação, também permite que o encontro possa ser imediato, não exigindo um envolvimento online mais alargado antes do encontro pessoal (Souza, 2016).

Tendo em consideração, as características e especificidades da rede, a construção do perfil pode ser simplesmente uma réplica do perfil criado no Facebook ou, exigindo um maior envolvimento e literacias por parte do utilizador, este poderá ser editado de forma a adequá-lo ao que este considerar indicado a esta rede específica (Sepúlveda, 2016)..

O utilizador escolhe o género (masculino ou feminino) e idade (acima de 18 anos) de interesse dos possíveis pretendentes que estejam a uma distância de até 160 quilómetros. Depois, avalia a sugestão dada pela aplicação e, com uma rápida análise das fotos e das poucas informações disponíveis, decide se gosta ou se não gosta da opção.

Tudo isto acontece com um único deslize com o dedo sobre a fotografia – ao deslizar para a direita, a sugestão é aprovada, para a esquerda, rejeitada. Se o sim ocorrer de ambas as partes, estabelece-se uma combinação– “*It’s a match!*”, encontrando-se aberto um chat entre os dois utilizadores para que possam iniciar a conversação (Sepúlveda, 2016).

Um dos aspetos que difere o Tinder de outras aplicações é o facto de aqui o anonimato pode ser deixado de lado.

A plataforma possui um uso simplificado e, em menos de dois minutos, o utilizador analisa as fotos, os interesses do outro, bem como a distância e os quilómetros que os estão a separar (Nogueira & Silva, 2014).

Além disso, o Tinder acaba também com a rejeição, na medida em que somente utilizadores que gostaram um do outro, são permitidos a manter contacto entre si.

A aplicação para dispositivos móveis Tinder funciona como o radar do par perfeito, localizando pessoas próximas ao utilizador que possuam os mesmos interesses e possam agradar o possível pretendente (Portella, 2015)..

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A seguir, o utilizador deve configurar algumas preferências na aplicação, designadamente se pretende relacionar-se com homens ou mulheres, a quantos quilómetros de distância pode estar o pretendente (até 160 km) e qual a idade média que os candidatos devem possuir (acima de 18 anos) (Santos, 2017).

Depois de devidamente inscritos e com preferências configuradas, a aplicação rastreia, de modo automático, outros utilizadores que atendam às características pré-definidas pelo utilizador. Posto isto, surge uma série de candidatos, com as características escolhidas pelo utilizador, de forma a que este inicie o seu processo de seleção.

É possível visualizar o perfil do outro candidato, as fotos, os gostos e os amigos que possuem em comum.

O Tinder fornece inclusive a opção de bloquear outro utilizador, seja por “abuso” ou por “não se sentir confortável” com a outra pessoa, ou ainda para denunciar um “*spam*” (uma mensagem publicitária publicada em massa sem ser solicitada) (Sepúlveda, 2016).

Esta característica remete-nos a outra questão, nomeadamente a segurança. Esta característica é uma das que favorece a escolha para a utilização desta aplicação. E quando se aborda esta questão da segurança, é importante esclarecer que esta não se encontra somente relacionada com o facto de podermos estar em casa para iniciarmos conversações no chat do Tinder, por exemplo, mas também, pelo facto de termos o controlo no uso da aplicação (Feltz, 2015).

Com os dispositivos eletrónicos, é possível pensar antes de dar uma resposta, refazer a mensagem que vamos partilhar, bloquear ou apagar qualquer utilizador.

Ainda que seja considerada uma aplicação revestida de segurança, no Tinder, os utilizadores podem sentir desconfiança, na medida em que qualquer utilizador pode esconder ou ocultar informações acerca de si próprio (Feltz, 2015).

Esta aplicação caracteriza-se como uma manifestação da maneira individualista e consumista através da qual nos relacionamos hoje (Sepúlveda, 2016).

Algumas diferenças que as redes sociais causaram na forma como os indivíduos se relacionam, nos tempos de hoje, não fogem ao Tinder. Exemplo disto é o conforto e a

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

comodidade existente em estabelecer relações sociais, única e exclusivamente através da Internet ou de um aparelho tecnológico, sem ter que se sair de casa.

As pessoas parecem mais confortáveis, quando se encontram mediadas por estes aparelhos tecnológicos e eletrónicos (Turkle, 2012). Um dos motivos deste conforto, pode ser o facto de grandes distâncias se verem encurtadas, como por exemplo no Tinder, pelo qual é possível conhecer pessoas novas que estejam perto de nós, sem termos que sair de casa. Outro motivo pode ser o facto de grande parte do nosso tempo ser gasto na utilização excessiva da Internet e de dispositivos móveis (Turkle, 2012).

Desta forma, as experiências vividas dentro do Tinder e em qualquer outra rede social, têm vindo a representar uma grande mudança na forma como nos estamos a relacionar nos tempos modernos.

Considerando esta realidade, entendemos que podemos vislumbrar uma ‘nova’ sociabilidade, expressamente observável, na presente aplicação. Decorrente disto, várias proposições vieram à tona. A primeira delas refere-se à justificação para a utilização desta aplicação. Mesmo sendo, uma aplicação de relacionamentos amorosos, o Tinder tem sido, de igual forma, utilizado como ‘passatempo’ e como ‘interação divertida’, por parte dos utilizadores. Os romances podem acontecer, ou não, mas o que realmente interessa aos utilizadores é interagir e comunicar (Sepúlveda, 2016).

O Tinder convida para que o utilizador “encontre amigos, comece relacionamentos e fique aberto a tudo mais”. Diante disso, o uso recreativo do Tinder contempla as propostas de seus criadores. Enquanto seres sociais que somos, as interações são intrínsecas aos seres humanos e os relacionamentos acontecem. Eles surgem à medida que os indivíduos existem (Nogueira & Silva, 2014).

Outro ponto considerado igualmente importante refere-se à autonomia dos utilizadores, na procura de romances. No Tinder, diferente da vida *offline*, esta procura é facilitada e os limites e prioridades são definidas de uma forma prática, facilitada pelas diferentes funcionalidades da aplicação.

Mais recentemente, em 2015, a aplicação lançou o Tinder Plus, uma possibilidade que oferece mais recursos ao utilizador, mediante compra, assinatura e contratação de um pacote (Crook, 2015).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Recentemente, o Tinder disponibilizou, também, o recurso “*super like*”, no qual os assinantes do Tinder Plus têm acesso ilimitado, enquanto os utilizadores que utilizam a versão gratuita têm direito a um *super like* a cada 24 horas (Crook, 2015).

O site oficial do Tinder, apresenta o *super like* como um super poder oferecido ao utilizador, de forma a estimular uma maior assinatura e compra do pacote plus, no sentido destes utilizadores terem mais possibilidades de comunicação (Crook, 2015).

A disposição da aplicação, na modalidade gratuita, possibilita a seleção de perfis mediante localização geográfica (raio de localização), *likes*, tendo apenas um *superlike* diário, interações no serviço de mensagem, seleção de fotos para criar um perfil e redação de texto de descrição ou biografia, opções de seleção de género disponíveis à visualização e as opções de “descombinar” perfil, incluindo motivos que geram a desistência do *like* (Crook, 2015).

Segundo Crook (2015), a versão plus, permite além de todas as opções da versão gratuita, *superlikes* diários ilimitados, retorno ao perfil anterior para os casos de arrependimento, uma vez que há a possibilidade do utilizador se enganar no *like*. Assim, enquanto a versão gratuita, limita o raio a 160km, o assinante do Tinder plus, pode ampliar o raio, e até mesmo escolher a cidade e/ou país em que deseja interagir.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **5.2. O aparecimento do Tinder**

As plataformas de namoro online são uma realidade presente, todavia, a investigação sobre os utilizadores portugueses é escassa.

O Tinder é a maior plataforma de namoro e encontros online, e ainda, a mais popular de todas. É de extrema simplicidade a navegação, utilizando-se apenas os toques para esquerda e direita.

Em 2016, foi possível acompanhar uma maior visibilidade do Instagram e amigos em comum no Facebook, sendo possível um maior cruzamento nos algoritmos para novas combinações (Sepúlveda, 2016).

Tal facto pode dever-se a alterações, na forma, como os indivíduos estão relacionados com os outros, consequência, entre outras, das mudanças na vida pessoal e profissional, uma presença crescente da comunicação em rede, da forma como adotam as tecnologias nas suas vidas e consequentemente de como este tipo de plataformas imiscuida na sociedade e como se pode realizar uma classificação social (DeMassi, 2006).

O utilizador decide com base na imagem do perfil e nos interesses da correspondência, se está interessado ou não, demonstrando este interesse ao deslizar para a sua direita (dizendo "como") ou à esquerda (dizendo "passar"). Quando dois utilizadores gostam um do outro, um *'match'* é feito, o que significa que estes podem iniciar a sua conversação, através do chat, como referido já anteriormente (Sindy & Ligtenberg, 2017).

A utilização desta aplicação apresenta um grau de impacto significativo, no que diz respeito aos relacionamentos românticos (Souza & Moreira, 2016).

Na atualidade e com o imenso volume de opções de pretendentes disponíveis, aprovar e descartar pessoas tornou-se comum (Souza & Moreira, 2016). Os seres humanos tornaram-se meros perfis, e a representação do Eu é caracterizada por uma página pessoal (Souza & Moreira, 2016).

As informações são editadas de acordo com a vontade do indivíduo, para que outros o vejam de acordo com a construção manipulada, o que nos serve como resposta quando se questiona a superficialidade das relações atuais ou modernas (Souza & Moreira, 2016).



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **5.3. Apresentação do *Self***

Os seres humanos são considerados objetos sociais. Com grande contributo, uma escola do interacionismo simbólico explica: para um erro como o auto nunca é unilateral, mas de forma dialética, também produto do social (Costatino, 2015).

Os utilizadores optam por aquilo que devem ou não, partilhar, tendo em consideração, qual a imagem que tencionam transmitir ao outro, moldando-a e, como consequência disto, condicionam a sua autoapresentação (Costatino, 2015).

A construção de perfis e a partilha de informações online, tendo em consideração, uma ideia de audiência, condicionará, portanto, como prática nas redes sociais online uma vez que promovem a construção da audiência imaginada em função das interações diárias dos usuários (Litt, 2016).

No entanto, com o objetivo de corresponder a expectativas da audiência imaginada ou do público o indivíduo poderá adequar a sua autoapresentação e o seu comportamento em função da mesma (Boyd, 2010).

Na comunicação mediada, como é o caso das redes sociais online, e especialmente nas quais onde se pode comunicar exclusivamente através da escrita, como é o caso do Tinder, existe a possibilidade de ser dada uma outra interpretação ao que se escreve, uma vez que poderá ser desafiante para os utilizadores elegerem o conjunto de palavras que melhor expressam o que desejam transmitir, nomeadamente pela ausência de um tom emocional associado ou porque quem lê a mensagem tem outra perspetiva ou desejo que condiciona a leitura.

Atualmente, o recurso aos *emojis*, elementos que podem ser definidos como “ícone emocional, ou expressão pictórica das emoções vividas no momento” (Silva, 2002), poderá ajudar a dar expressão a algumas palavras e emoções introduzindo também novas dinâmicas na comunicação (Baym, 2011).

No entanto, “mesmo a introdução dos *emojis*, esses símbolos que pretendem proporcionar a toada emocional nas palavras escritas, são insuficientes face à diversidade da experiência humana, embora apresentem uma boa aproximação” (Baptista, 2015).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Ainda assim e, de forma a mitigar esta possível má interpretação e ausência de tom emocional, a comunicação poderá evoluir da escrita para o uso de voz antes de um primeiro encontro.

Os perfis como elementos centrais nas redes sociais “representam o indivíduo e servem como lugar da interação” (Boyd, 2010). São construídos de forma a serem vistos pelos outros e através dos quais os utilizadores decidem como se querem apresenta.

A construção de perfis e a partilha de informação online, tendo em conta a audiência condicionará assim as práticas nas redes sociais uma vez que estas “catapultaram a construção da audiência imaginada devido à dependência dos indivíduos na sua imaginação durante interações online diárias” (Litt, 2016).

Para além deste fator e devido às próprias características da rede, o utilizador pode estar a partilhar informação que considera importante para determinada audiência, mas esta alcança outro público já que “a audiência imaginada pode nem sempre estar alinhada com a audiência atual” (Litt, 2016).

Neste sentido, para corresponder a determinadas expectativas “o valor de imaginar a audiência ou público é ajustar o comportamento e a autoapresentação para se adequar às normas do coletivo a que se destina” (Boyd, 2010)

Desta forma, recorre-se ao que Silfverberg (2011) apelida de “perfil trabalhado” e que se refere “ao esforço que as pessoas investem nos perfis públicos nas redes sociais online” (Silfverberg, 2011) e, através do qual, se assume que existe um conjunto de estratégias de autoapresentação nos sites de redes sociais.

Este conceito “ênfatisa que enquanto as possibilidades estratégicas da autoapresentação online são múltiplas, a possibilidade para escolher o que revelar, omitir ou menosprezar pressiona os indivíduos a fazerem muitas escolhas para gerir como são percebidos” (Uski, 2016).

Neste sentido, para que o papel desempenhado pelo utilizador tenha, então, o efeito desejado, o perfil construído terá de ser coerente já que se espera que “a relação entre aparência e modo seja de confirmação e consistência” (Goffman, 1993).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Em teoria, a biografia apresentada, pelo utilizador, pode determinar o sucesso no *online dating*, uma vez que é esperado que a autoapresentação do indivíduo esteja em concordância com as fotografias do seu perfil e conseqüentemente como este se expressa, da informação transmitida e do conteúdo das mensagens trocadas.

Se alguém se apresenta com determinado estatuto social ou com determinado cargo ou grau académico será expectável que as fotografias validem essa autoapresentação e a forma deste comunicar também. Esta coerência não se aplica apenas aos elementos da autoapresentação que constam naquela rede, mas também em outras redes sociais online já que, através da internet o indivíduo pode procurar informação complementar de forma a completar a construção do Eu do outro. No entanto, e contrariamente a outras redes sociais online, nas redes de *online dating* devido à natureza das mesmas e à forma como estão estruturadas e organizadas, não é fomentada a criação de comunidades, mas sim de relações de um-para-um já que “o estilo de interação proporcionada por esses sites impede que se forme uma comunidade online robusta” (Masden, 2015). Desta forma impossibilitam que os utilizadores possam trocar experiências e recorram a estas no sentido de obter informações sobre os outros.

Colley (1902) desenvolveu a teoria do “Eu refletido no espelho” na qual defendeu que o eu dos indivíduos também é construído, sendo cada um de nós resultado das nossas interações e conseqüentemente de como os outros nos veem. Isto leva-nos a “olharmos para os outros para ver como somos percebidos e depois incorporamos essas opiniões ou percepções no nosso autoconceito” (McKenna, 2015).

Desta forma, a construção do nosso Eu pode estar sujeito a alterações como conseqüência do como os outros nos percebem sendo então que “os Eus sociais de um homem são tantos quantos os indivíduos que os reconhecem” (James, 1982).

Estas visões teóricas permitem realizar um paralelismo com os perfis construídos nas redes sociais online, especialmente nas plataformas de *online dating* pois, no sentido em que existe a possibilidade de ir alterando o perfil, seja através de novas fotografias ou redefinindo a autoapresentação em função dos objetivos estipulados.

Nas redes sociais online, os utilizadores podem construir os seus perfis e re/apresentar quem “são” através de recursos comunicacionais como: imagens, textos, atualizando o seu estado, informando os outros sobre o que pensam, partilhando os locais que visitam e com

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

quem, os seus gostos, interesses ou ideologias, entre outros. Caberá então ao indivíduo realizar um processo de autoapresentação através do qual decidirá quem é e se dará a conhecer aos outros e que pode ser definido como “o ato de revelar informações pessoais sobre si mesmos aos outros” (Archer, 1980)

Ainda na perspetiva de Goffman (1993) o objetivo da autoapresentação será fazer com que o indivíduo seja distinguível com o propósito de provocar nos outros utilizadores a impressão desejada, sendo digno de atenção, assim “como parte do processo de autoapresentação, os indivíduos procuram criar impressões específicas: ser gostado, ser percebido como competente e ser percebido como pertencente a um alto status, entre as variadas audiências” (Guadagno, 2011).

No caso específico das redes sociais de *online dating*, nomeadamente da rede em estudo, o Tinder, o utilizador assume a forma de filtro podendo o indivíduo escolher género, idade e distância à qual se encontra o possível parceiro juntamente com o estudo de preferências, gostos e interesses dos utilizadores, propondo aqueles que consideram mais indicados, já “que sabe quem é considerado um membro apropriado da audiência para esse conteúdo e quem não o é” (Hogan, 2010). Neste sentido, as sugestões de parceiros e o acesso ao perfil dos utilizadores estão relacionados e consequentemente condicionados pela informação que este disponibilizou no momento em que construíram o seu perfil uma vez que “a privacidade passa a ser uma questão de como o conteúdo é integrado” (Hogan, 2010) em função de escolhas anteriores, definição de preferências, histórico de ligações e consumos de tipos de conteúdos e outras variáveis de acordo com o algoritmo da rede e este vai analisando e definindo o que mostrar ao utilizadores.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **5.4. As motivações para a utilização do Tinder**

Na dissertação de mestrado da Universidade de Amsterdam, “*Tinder, the app that is setting the dating scene on fire: a uses and gratifications perspective*” (2015), da autoria de Loes Ligtenberg investigaram-se os usos e gratificações do Tinder. Analisaram-se as motivações dos adultos, bem como, as diferenças individuais em relação a essas motivações.

Para esta investigação, foram inquiridos cento e quarenta e dois sujeitos, com idades entre 18 a 30 anos, tendo sido a conclusão desta pesquisa online sobre a utilização do Tinder que existem 10 motivações para a utilização desta aplicação, designadamente companheirismo, intimidade, aumento da autoestima, sexo casual, emoção, passatempo, vigilância, entretenimento e relaxamento. Como as motivações mais importantes ficaram o entretenimento, o passatempo, as emoções e o relaxamento (Ligtenberg, 2015).

Os atuais utilizadores do Tinder estão mais motivados por sexo casual e intimidade com ex-utilizadores do Tinder. Além disso, utilizadores do sexo masculino apresentaram maior necessidade de sexo casual e emoção, e a exposição à pornografia foi positivamente relacionada com o sexo ocasional por motivação. Os resultados desse estudo sugerem que o valor de entretenimento do Tinder é muito importante para os adultos, e que as diferenças individuais devem ser consideradas quando se investiga as motivações do Tinder (Ligtenberg, 2015).

Do ponto de vista da teoria da personalidade, é importante descobrir aquilo que motiva as pessoas a utilizarem o Tinder e o que os torna diferentes daqueles que nunca usaram.

## **6. Os namoros em tempos do Tinder**

Diante da pluralidade de formas de amar, torna-se premente refletir acerca das mudanças ocorridas nos namoros e nas relações afetivas. O amor e as formas de amar eram, antigamente, vistas de forma diferente pela sociedade, bem como as formas de iniciar um namoro, o modo como os indivíduos iniciam uma conversa e, por último, mas não menos importante, a forma de conquistar (Santoro, 2016).

Atualmente, as dificuldades sentidas em iniciar uma conversa ou um relacionamento amoroso parecem ter sido suprimidas com a praticidade da Internet e com a emergência de aplicações online que fomentam os encontros online. Até as estratégias de conquista viram o seu papel simplificado, uma vez que existe uma maior liberdade de comunicação, entre as pessoas, apoiadas pela Internet (Santos, 2017).

Nas primeiras décadas do século XX, por volta dos anos 30, as pessoas encontravam-se em praças públicas, onde começavam a surgir, numa fase inicial, as primeiras trocas de olhar. Após, encontrarem um parceiro que lhes agradasse é que o diálogo era iniciado, sendo este diálogo, realizado através de “códigos”, de modo a que as outras pessoas que estivessem à volta, não entendessem (Santos, 2017).

Atualmente, as conquistas acontecem de forma diferente. Os olhares acontecem, numa primeira instância e, logo em seguida, após uma breve conversa, surge o primeiro encontro. Tudo isto, acontece de forma aberta e fácil, através dos computadores, tablets ou telemóveis, quando as pessoas acedem às aplicações de encontros online (Costatino, 2015).

Nas primeiras décadas do século XX, foram introduzidas algumas mudanças, designadamente o teatro, o circo, os cinemas, entre outros. E, eram aqui, nestes locais, que muitas vezes surgia o amor, na medida em que estes espaços eram frequentados por muitas pessoas (Santos, 2017).

A modernidade tem-se definido pela ausência de amor. As pessoas começam a viver angustiadas e solitárias, visto que começam a viver fechadas nos seus mundos, não se envolvem por inteiro, nem demonstram carinho para com as outras pessoas e, quando o fazem, fazem-no por intermédio da Internet, através da sua facilitação em permitir esconder os sentimentos e afetos (Santos, 2017).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Algumas pessoas procuram um parceiro que possa estar ao seu lado, não obstante não querem estar permanentemente ligados a alguém. Pode afirmar-se que é um conflito vivido pelos seres humanos, nos tempos modernos ou pós modernos (Santos, 2017).

Existe um medo enorme em relacionar-se com outros, daí tenha ocorrido uma massificação, no que diz respeito à utilização da Internet e das plataformas de encontros online (Costatino, 2015).

Nos tempos de hoje, o que aparenta ser modalidade são os relacionamentos virtuais. Estes acontecem, uma vez que são suportados pela Internet, pelos aparelhos tecnológicos e aplicações de comunicação.

Cada vez se verifica mais que as pessoas não saem de casa para conhecer pessoas novas, fazem-no através destes avanços tecnológicos. Há uma infinidade de redes sociais, aplicações e sites de encontro que permite o encontro de um parceiro ideal, sem ter que sair de casa ou do próprio quarto.

Como supracitado, anteriormente, este género de namoros, estão-se a tornar cada vez mais comuns (Santos, 2017).

As pessoas conhecem-se pela Internet, namoram por mensagens e a facilidade de terminar o relacionamento, de deixar de falar, de não responder a uma mensagem ou de não atender uma chamada, tornou-se tão fácil, uma vez que basta desligar o telemóvel (Santos, 2017).

O Tinder é uma das aplicações que permite estes relacionamentos. Muito dos utilizadores desta aplicação, criam um perfil com a finalidade de conhecer pessoas novas, procura de um amor, de um relacionamento sério. Outros procuram, somente, diversão.

As possibilidades de marcar um encontro, de conhecer pessoas novas, conseguir sexo casual ou encontrar o amor, parecem morar dentro do próprio bolso, uma vez que basta a ligação à internet, através, por exemplo de um dispositivo móvel. Esta possibilidade desencadeou deixar o amor do mundo real passar completamente despercebido.

Durante a utilização desta aplicação, as pessoas podem criar ou estabelecer relações, marcar encontros e, destas, muitas vezes, resultam casamentos e namoros. Decorrente deste

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

facto, pode possivelmente afirmar-se que o amor é um sentimento que pode ter início em qualquer lugar, com qualquer pessoa, pessoal ou virtualmente (Santos, 2017).

Sabe-se que o facto das pessoas começarem a namorar através de uma aplicação, prende-se com a facilidade que existe em começar ou terminar um relacionamento, pois desta forma, o sofrimento é evitado (Portella, 2015).

O Tinder apresenta-se como um novo meio de relacionamento com os outros, seja para encontrar um amor, começar um namoro. O Tinder trouxe uma nova forma de relacionamento, de namoros virtuais que, muitas vezes, ultrapassam as limitações da Internet, tendo continuidade no mundo real, a partir do contacto físico.

Mas o contrário, a inexistência de continuidade do envolvimento também pode ser uma eventualidade (Portella, 2015).

Com este enquadramento pretendemos delinear o fundo teórico que suportou o desenvolvimento do estudo empírico que se segue.

Centramo-nos nos discursos de um grupo de utilizadores do Tinder e analisamos intencionalmente as experiências que transparecem das suas vozes: opiniões, motivações, receios e conquistas são alguns dos parâmetros de entendimento da vivência subjectiva do relacionamento humano na contemporaneidade.



**CAPÍTULO 2. ESTUDO EMPÍRICO**

### **7. Metodologia**

A investigação na área das Ciências Humanas e Sociais é fortemente marcada pela utilização de estudos que empreguem métodos quantitativos, de forma a descrever e explicar fenómenos. Não obstante, atualmente, é possível identificar outro método de investigação que se tem demonstrado igualmente eficaz, designadamente a pesquisa identificada como qualitativa (Neves, 1996).

Esta pesquisa não possibilita a enumeração ou a medição de eventos, nem utiliza instrumentos estatísticos para análise de dados, mas sim, versa na compreensão de fenómenos, tendo em consideração a perspetiva dos participantes e a situação em estudo e, a partir daí, interpreta os resultados obtidos. Ademais, permite a obtenção dos dados descritivos através do contacto direto e interativo entre o pesquisador e a situação em análise (Maxwell, 2013; Neves, 1996).

Os estudos que recorrem a este tipo de metodologia podem diferir entre si quanto ao método, à forma e aos objetivos. Desta forma, existe uma diversidade nos estudos qualitativos, não obstante, apresentam um conjunto de particularidades essenciais que caracterizam esse tipo de método de investigação, designadamente o ambiente natural como fonte direta de acesso aos dados e o pesquisador como instrumento fundamental; o caráter descritivo; a perceção e o significado que as pessoas atribuem às circunstâncias e o enfoque indutivo (Godoy, 1995).

Assim, a expressão “pesquisa qualitativa” assume diferentes significados no campo das ciências sociais, uma vez que compreende um conjunto de inúmeras técnicas interpretativas que apresentam como finalidade descrever e descodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Assim, pretende traduzir e expressar o sentido dos fenómenos do mundo social, reduzindo a distância entre a teoria e os dados e entre o contexto e a ação (Maanen, 1979).

Resumidamente, os estudos qualitativos são realizados no local de origem dos dados, não impedem o investigador de empregar a lógica do empirismo científico, mas partem da suposição de que seja mais apropriado utilizar a perspetiva da análise fenomenológica, quando se trata de fenómenos individuais e dotados de um certo grau de ambiguidade e subjetividade (Neves, 1996).

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

Tendo em consideração, os aspetos supracitados, o seguinte estudo apresenta como primordial objetivo aceder aos discursos que possam refletir as motivações para que adultos recorram a esta plataforma de encontros, assim como a análise que fazem desta experiência.

Para atingir o objetivo proposto, será utilizada a metodologia qualitativa com recurso à *grounded theory* ou teoria sustentada nos dados.

### 7.1. Amostra

Para a realização deste estudo empírico e, de modo a compreender e aceder às vivências subjetivas dos utilizados do Tinder, foi utilizada uma amostragem não probabilística, designadamente uma amostragem por “*snowball*”, constituída por 8 participantes jovens adultos, do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 25 e os 29 anos de idade.

Quanto ao estado civil, todos os participantes (n=8) encontram-se solteiros. No que diz respeito à formação académica, os participantes subdividem-se em dois grupos, sendo que 7 concluíram o ensino superior e 1 o ensino que antecede o secundário. Relativamente à profissão, temos 7 participantes empregados e 1 estudante.

A tabela abaixo (cf. Tabela 1), apresenta a classificação sociodemográfica do grupo de utilizadores, em função do género, idade, estado civil, escolaridade e profissão.

*Tabela 1: Caracterização Sociodemográfica do grupo de utilizadores do Tinder em função do género, idade, estado civil, escolaridade e profissão.*

Participantes	Género	Idade	Estado Civil	Escolaridade	Profissão
Participante 1	Masculino	25 anos	Solteiro	Mestrado	Engenheiro
Participante 2	Masculino	26 anos	Solteiro	Licenciatura	Informático
Participante 3	Masculino	25 anos	Solteiro	Licenciatura	Empresário
Participante 4	Masculino	25 anos	Solteiro	Licenciatura	Militar
Participante 5	Masculino	29 anos	Solteiro	Mestrado	Professor de canoagem
Participante 6	Masculino	26 anos	Solteiro	9 <sup>a</sup> ano	Vendedor
Participante 7	Masculino	26 anos	Solteiro	Licenciatura	Ratificação de motores
Participante 8	Masculino	28 anos	Solteiro	Mestrado	Estudante

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **7.2. Instrumentos**

A investigação foi realizada, maioritariamente, recorrendo às ferramentas de mensagens instantâneas *online* (*chat* do Tinder). Para a recolha de dados, foram criados dois instrumentos, sendo que um se foca na caracterização de dados sociodemográficos (cf. Anexo A) e um outro nas vivências subjetivas associadas à utilização da referida aplicação, através da implementação de uma entrevista semiestruturada (cf. Anexo B), construída para o efeito.

#### **7.2.1. Questionário Sociodemográfico**

De modo a caracterizar a amostra em estudo, foi desenvolvido um questionário sociodemográfico que, de acordo com Fonte (2006), se trata de um material fundamental para a recolha de informação relevante que vá de encontro aos objetivos previamente delineados.

Assim, o questionário construído para o efeito, divide-se em duas partes, sendo que a primeira explora questões de caráter sociodemográfico, designadamente a idade, o sexo, o estado civil, profissão e habilitação literária. A segunda espelha questões associadas à utilização da aplicação.

#### **7.2.2. Entrevista semiestruturada**

De acordo com Duarte (2004) e Charmaz (2006), a utilização de uma entrevista permite aceder à realidade do indivíduo, explorando aprofundadamente as ideias que este apresenta face a determinado fenómeno. Esta entrevista é composta por um conjunto de respostas abertas, sendo estas focadas no objeto em estudo (Fonte, 2006).

Este tipo de instrumento revela-se vantajoso, visto que permite incentivar o participante a expressar livremente as suas vivências, sem qualquer delimitação ou julgamento (Duarte, 2004). No presente caso, a entrevista semiestruturada permitiu aceder às experiências subjetivas de um conjunto de utilizadores do Tinder, centrando-se em temáticas como as que se inferem das questões que se seguem:

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

1. Como teve conhecimento da existência do Tinder?
2. Na sua opinião, quais foram as razões que o levaram a criar um perfil no Tinder?
3. Hoje, que já conhece a aplicação quais acha que são as motivações mais frequentes para recorrer ao Tinder?
4. Quanto aos outros utilizadores, quais acha que são as razões que os fazem usar esta aplicação?
5. Partindo do princípio que a aplicação lhe proporcionou contactos com outras pessoas qual é a avaliação deste processo?
6. Das pessoas que já conheceu através do Tinder alguma vez resultou uma relação? amorosa/romântica/física?
7. Em sua opinião quais são as diferenças, se é que existem, entre conhecer pessoas ao vivo, e pessoas através do Tinder?
8. Há diferenças no iniciar contacto através do Tinder ou através do contacto pessoal?
9. Qual é a sua opinião sobre o modo como o Tinder funciona? (Principais benefícios e principais limitações)

# Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

## 7.3. Procedimento

### 7.3.1. Recolha de dados

Após aprovação da comissão de ética da UFP, ocorreu o desenvolvimento dos contactos para se aceder aos participantes. A recolha da informação através da entrevista semiestruturada decorreu através de salas de conversa (*Chats*), combinadas entre investigador e participante. Antes da iniciação da entrevista foi enviado através do *chat* o Consentimento Informado. Desta forma, previamente à entrevista foi fornecida informação acerca do estudo ressaltando os seguintes fatores: a participação é voluntária, não comportará quaisquer tipos de despesas e consequências para o participante em caso de desistência, e os dados disponibilizados são confidenciais e anónimos. O acesso aos dados e resultados só é possível pelos investigadores envolvidos e serão destruídos no final da investigação. Após o consentimento informado estar assinado, procedeu-se à recolha dos dados sociodemográficos dos participantes. Seguidamente, procedeu-se à administração da entrevista semiestruturada que foi transcrita, registada em forma escrita, e depois copiada para documento *Word* para processamento qualitativo. Finda a recolha de dados, foi realizada uma análise categorial dos mesmos recorrendo à *Grounded Theory*, com o intuito de ver emergir informação de índole experiencial e subjetiva a ser posteriormente articulada com a literatura.

Após terminada a entrevista, agradeceu-se a colaboração dos sujeitos e salientou-se que, se quisessem, lhes seria fornecido os dados relativos a esta investigação.

### 7.3.2. Metodologia da análise de recolha de dados

#### 7.3.2.1. Justificação do método qualitativo

O termo qualitativo implica um destaque nas qualidades das entidades e nos processos e significados, valorizando a qualidade social construída através da realidade (Denzin & Lincoln, 2000). Janesick (2000) sintetiza as características fundamentais da investigação qualitativa, dizendo que esta requer que o investigador seja o instrumento de investigação e construa uma narrativa que englobe as várias histórias dos participantes. Na mesma linha Serapioni (2000) refere como importantes as características do método qualitativo que

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

apresenta: a análise do comportamento humano do ponto de vista do ator, a observação naturalista (não controlada), a subjetividade, a orientação para a descoberta e para o processo, o seu carácter exploratório, descritivo e indutivo e a sua não generalização.

A investigação qualitativa permite atingir uma compreensão empática das experiências de outros, fornecendo mais do que abstrações, tendo como principal destaque a interpretação e o debate, podendo assim aumentar a variedade das questões a serem colocadas (Eisner 1996, cit. in Seabra, Mota & Castro, 2009). Este mesmo autor refere os perigos da investigação qualitativa, que dizem respeito à imprecisão dos dados – essa imprecisão só consegue ser combatida através de uma referenciação permanente dos discursos em bruto.

Esta metodologia pressupõe uma análise em profundidade de significados, conhecimentos e atributos de qualidade dos fenómenos estudados, mais do que a obtenção de resultados por medida. Para Fidalgo (2003) “os dados são enquadrados e interpretados em contextos holísticos de situações, acontecimentos de vida ou experiências vividas particularmente significativos para as pessoas implicadas” (p. 178).

O investigador qualitativo estuda os fenómenos no seu contexto natural, procurando interpretar esses mesmos, através dos significados que as pessoas lhes atribuem. Requer a recolha de materiais que descrevem momentos da vida dos indivíduos que são interpretadas de forma a aumentar a compreensão sobre o alvo em estudo (Denzin & Lincoln, 2000). Deste modo, a opção metodológica por um estudo qualitativo é enquadrada por um interesse na complexidade e diversidade da realidade em estudo, de forma contextualizada e enriquecida pelos significados que lhe são atribuídos pelos participantes (Marques, 2005).

Esta investigação tem como finalidade compreender quais as experiências e motivações associadas à utilização do Tinder, num grupo de utilizadores do sexo masculino, num registo expectável de subjetividade, complexidade e diversidade, razões pelas quais utilizamos o método *Grounded Theory*, procedendo à recolha, registo, transcrição, organização, interpretação, estudo e construção hierarquizada da informação obtida.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **7.3.2.2. Teoria Sustentada nos Dados**

O objetivo de aceder à interpretação de dados da base *Grounded Theory* foi sustentado pelo facto de se pretender obter um processo planificador dos resultados, uma maior concentração no foco de estudo através de uma codificação seletiva com o objetivo de construção de uma narrativa alternativa e assim contribuir para uma melhor análise e compreensão dos dados obtidos. Este recurso facilita a orientação do investigador através de um processo indutivo de produção de conhecimento, organizado e obedecendo a um procedimento que procura uma maior complexidade de integração (Fernandes & Maia, 2001).

Ainda segundo Fernandes e Maia (2001) os procedimentos da *Grounded Theory* estão definidos com base numa exigente construção, o que vai permitir e proporcionar uma indispensável criatividade na ocorrência de um dos princípios básicos de construção de uma teoria: a interpretação e conceptualização dos dados.

Os passos a seguir num processo de investigação em que tem como subjacente a *Grounded Analysis* são descritos por Fonte (2005):

1) Seleção do material para análise – O primeiro passo do processo é a leitura das entrevistas, e o segundo passo serve para se colocar de forma resumida os principais temas implícitos abordados nas entrevistas, tendo como fim a construção de conceitos. 2) Categorização descritiva – Nesta etapa o procedimento constitui-se pela procura da categorização das unidades de análise. Para esse fim pretende-se encontrar termos usados pelos entrevistados (frases ou ideias).

3) Elaboração de memorandos – No decorrer do processo de construção de categorias, de análises e de pensamentos podem ser encontradas novas hipóteses sobre a sua importância e o seu significado das relações.

4) Categorização conceptual – Esta etapa trabalha as categorias descritivas que vão ser agregadas em várias categorias conceptuais, fazendo parte “de um nível mais abstrato e compreendem diferentes categorias descritivas” (p. 294).



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

5) Categorização central – São constituídas por distintas categorias conceptuais e “são comuns às categorias conceptuais das diferentes entrevistas” (p. 294), sendo que esta etapa consiste em criar categorias de caráter geral.

6) Hierarquização de categorias – Elaboração de hierarquias das categorias, conforme a sua viabilidade e a partir da categorização cumulativa assim como das relações que existam entre as diversas categorias quer conceptuais quer centrais, em cada domínio.

7) Clarificação estrutural – Nesta fase clarifica-se a estrutura das hierarquias que surgem do discurso, ou seja, caso o objetivo seja caracterizar o discurso do grupo e não de sujeitos individuais, pode-se eleger categorias que só tenham sido expressas por um entrevistado noutras categorias mas que tenham sido referidas por outros sujeitos com um significado semelhante. Sempre que isto não acontece, estas deverão ser mantidas até ao fim da codificação para se verificar se haveria mais sujeitos que referissem o mesmo, estando temporariamente à parte da estrutura hierárquica.

8) Construção do discurso do grupo – Nesta fase do processo já é possível realizar um primeiro resumo do que foi encontrado ao longo dos discursos. Sendo que todos os passos mencionados cumprem etapas muito concretas e ocorrem de forma a integrar-se em cada uma.

No fim de todo o processo, o investigador assume a interpretação e a partilha dos dados baseados na sua própria subjetividade, tendo como principal objetivo uma relação estreita entre a teoria e a realidade (Fernandes & Maia, 2001).

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4. Apresentação e Análise dos dados

#### 7.4.1. Resultados dos dados sociodemográficos

A tabela abaixo apresentada especifica a caracterização sociodemográfica do grupo de utilizadores do Tinder, no que diz respeito ao primeiro contacto com a aplicação, à sua frequência na aplicação e, ainda, sobre a instalação e desinstalação da mesma.

*Tabela 2: Caracterização sociodemográfica do grupo de utilizadores do Tinder, em função do seu primeiro contacto com a aplicação, a sua frequência na utilização e sobre a instalação e desinstalação da mesma.*

Participantes	Há quanto tempo se registou?	Frequência de utilização	Instalação e desinstalação da aplicação.
Participante 1	1 ano e meio	Variável	Sim
Participante 2	2 anos	2 a 3 vezes por dia	Sim
Participante 3	“Não faço ideia”	1 a 2 vezes por dia	Sim
Participante 4	2 anos	1 a 2 vezes por dia	Sim
Participante 5	1 semana	1 a 2 vezes por dia	Não
Participante 6	3 meses	1 vez por dia	Sim
Participante 7	2 anos e meio	3 vezes por dia	Sim
Participante 8	3 anos	3 vezes por dia	Sim

Na análise desta informação de índole mais instrumental, constatamos que mais de metade dos participantes usam a aplicação há mais de uma ano, num registo múltiplo diário na maior parte dos casos, e apenas o participante 4, utilizador há uma semana refere nunca ter desinstalado a aplicação.

# Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

## 7.4.2. Resultados das entrevistas semiestruturadas

### 7.4.2.1. Resultados relativos à questão 1

Tabela 3: Unidades discursivas, categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 1.

Questão 1 Como teve conhecimento da existência do Tinder?		
Unidades discursivas	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P1. “Acabei por ouvir falar”	Através de outrem	
P2. “Por relatos de um amigo”	Através de amigo/s	
P3. “Através de amigos.”		<b>Predominantemente através de amigos</b>
P4. “Através de amigos.”		
P7. “Ouvi falar através de amigos”		
P5. “Tive conhecimento através de amigos”		
P8. “Foi através de um amigo”		
P2. “Internet”	Através da internet	<b>Soube e procurou na internet</b>
P8. “Internet”		
P6. “Nos meios sociais da internet”		
P7. “Procurei”	Procurei experimentar	
P5. “Curiosidade”		
P5. “Decidi experimentar”		
P1. “Não tenho a certeza de como foi ao certo”	Unidades residuais	

Quando nos dedicamos a analisar de que forma os participantes entrevistados tiveram conhecimento da aplicação Tinder sobressaem as respostas que dão indicação de que foi através de amigos (categoria final) de forma privilegiada. Ao mesmo tempo, não nos parece de estranhar que 3 sujeitos tenham procurado e conseqüentemente iniciar a aplicação através da internet (categoria final), tendo em linha de conta que estamos perante a

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

utilização de uma app que se aproxima dos contornos de uma rede social com existência exclusiva online.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.2. Resultados relativos à questão 2

Tabela 4: Unidades discursivas, Categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 2.

<b>Questão 2: Na sua opinião, quais foram as razões que te levaram a criar um perfil no Tinder?</b>			
Unidades discursivas	Categorias		Categorias Finais
	Intermédias		
P1. “Tem imenso potencial, para conhecer gente nova”			
P1. “É enorme a quantidade de pessoas que eu gostaria de conhecer e com quem me identifico”	Para conhecer		
P1. “É extremamente difícil e improvável de vir a conhecer.”			
P2. “Foi uma forma de conhecer pessoas”			<b>Para conhecer pessoas e marcar encontros</b>
P4. “conhecer pessoas novas”			
P6. “Foi conhecer pessoas novas”			
P8. “Conhecer raparigas que à partida estariam interessadas”	Conhecer		
P4. “Conhecer raparigas”	raparigas para		
P4. “Marcar encontros.”	Marcar		
	encontros		
P1. “A única coisa que a app faz é ligar duas pessoas”	Aplicação para		<b>Para ligar pessoas sem obrigação de encontro</b>
P1. “Tudo o que é para aproximar a pessoas é bem-vindo”	ligar pessoas		
P6. “Fazer amizades, sem nada em troca ou para proveito”	Fazer amizades		
P5. “Foi mesmo por curiosidade”	Por curiosidade		
P4. “Ver quem usava esta aplicação”			<b>Por curiosidade</b>
P1. “Depois dali vê-se no que dá”			

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

No que respeita às razões que estiveram por trás da escolha de criar um perfil no Tinder por parte dos participantes desta investigação destacam-se a categoria intermédia “para conhecer pessoas novas”, à qual se junta a categoria intermédia “conhecer raparigas para marcar encontros” para dar corpo à categoria final “para conhecer pessoas e marcar encontros”.

Relembramos que sendo os participantes deste estudo do sexo masculino em princípio só têm acesso no Tinder a contactos femininos, que no presente caso podemos inferir que 6 participantes escolheram a aplicação para conhecer raparigas/mulheres num registo de possível encontro, eventualmente.

Todavia, a utilização do Tinder também surge associada à ligação de duas pessoas apenas como ponto de partida ou como amizade, retirando do contexto a necessidade do encontro mesmo quando há um *match*. Finalmente a curiosidade (categoria final) surge com menos peso, mas justifica-se se pensarmos que a utilização do Tinder pode ser sugerida por várias entidades, mas será sempre uma experiência pessoal, irreproduzível para outro indivíduo.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.3. Resultados obtidos na questão 3

Tabela 5: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 3.

Questão 3 Hoje, que já conhece a aplicação quais acha que são as motivações mais frequentes para recorrer ao Tinder?		
Unidades discursivas	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P1. “Continua a ser a vontade de conhecer gente nova P2. “Principalmente conhecer pessoas interessantes. P4. “É uma forma de conhecer pessoas.” P8. “Conhecer pessoas novas”	Mantém-se a procura de conhecer novas pessoas	
P1. “Ver onde vai parar aquela conversa” P6. “Aceitar que alguém venha dizer um olá iniciar uma conversa” P “É necessário ter as skills necessárias de conversa para converter os matches em encontros”	Conversar	<b>Ser um espaço para conhecer pessoas novas para conversar e fazer amizades</b>
P6. “Fazer amizades sem proveito do outro porque pode desenvolver para amizade” P6. “Não procuro sexo ou curtes”	Fazer amizades	
P3. “Sexo casual” P2. “Proporcionarem para momentos ocasionais não me ponho de parte”	Para sexo ocasional	<b>Ser um Espaço para eventuais encontros sexuais</b>
P7. “Marcar encontros” P8. “Às vezes elas saem da cidade antes de conseguir marcar um encontro”	Para marcar encontros	
P8. “É algo que a ajudar a passar tempo” P1. “Divirto-me a tentar dizer qualquer coisa absurda” P7. “Procuro diversão”	Para diversão	<b>Ser um Espaço Para diversão</b>

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Na análise da resposta à questão 3 da entrevista semiestruturada relativa às motivações que fazem os utilizadores do Tinder manterem o uso da aplicação, podemos constatar que estas não se afastam muito das apontadas para a criação de um perfil nesta app. Ser um contexto para estabelecimento de novos contactos, para conversar e fazer amizades (categoria final) surge a par de razões associadas aos encontros e ao sexo ocasional (categorias intermédias) que se agregam na categoria final “ser um espaço para eventuais encontros sexuais”, bem como à diversão (categoria final).



## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.4. Resultados obtidos na questão 4

Tabela 6: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 4

Unidades discursivas	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P1. “Há gente que usa para ter mais seguidores em outras redes sociais” P6. “Funciona como uma plataforma de socialização”	Plataforma de socialização	<b>Ser um espaço digital de comunicação e reforço pessoal</b>
P1. “Acho que há gente que utiliza como um reforço de ego ou de autoestima” P4. “Promoção” P6. “Outras pessoas vêm procurar mais autoconfiança”	Fonte de reforço pessoal	
P1. “Há gente que usa exclusivamente à procura de relações sexuais” P3. “Sexo” P2. “Já me disseram que não têm obstáculos” P5. “Acho que as pessoas utilizam mais à procura de encontros de cariz sexual” P6. “A maioria dos rapazes procura companhia sexual” P6. “Não vêm para aqui apenas para fazer amizade” P6. “75% dos homens procuram sexo” P6. “20% das mulheres procuram sexo” P8. “A maioria das pessoas está à procura de sexo casual”	Procura de envolvimento sexual	<b>Ser um espaço facilitador do envolvimento sexual</b>
P2. “Maior parte das mulheres o que me dizem é que também utilizam para conhecer pessoas” P1. “Gente com o mesmo objetivo que eu (conhecer pessoas)” P4. “Conhecer pessoas” P4. “Viajantes que utilizam para conhecer pessoas locais.”	Conhecer pessoas	<b>Ser um espaço para conhecer novas pessoas e eventuais amigos</b>

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

P. “Amizades”

P8. “Alguns estão só à procura de amizade”

Fazer amizades

Unidades discursivas (cont	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P6. “A app foi desenvolvida para unir duas pessoas”		
P5. “Algumas delas à procura de uma relação.”	Relações sem especificação	<b>Ser um espaço de encontros e relações potenciais</b>
P6. “Existem muitas mulheres que vêm para aqui para procurar alguém que seja compatível com ela para ter um relacionamento longo”	Relações amorosas	
P8. “Estão à procura de relacionamentos amorosos sérios de maior duração”		
P6. “Outros (procuram) namorada”		
P8. “Relacionamentos amorosos de curta duração”		
P7. “Pessoas entre 20-22 anos (...) procuram conversas e um namoro sério. Entre os 23-26 anos (...) procuram conversas, namoro, com o acréscimo da diversão”	Relações diferentes conforme a idade	
P7. “Entre os 27-29 anos procuram diversão ou namoro.”		
P6. “Vejo que as mulheres fazem o mesmo que os homens”	Uso da app contextualizado	<b>Uso da app contextualizado</b>
P6. “A forma como as pessoas a utilizam vai de acordo com a sua cultura”		
P6. “E acho que cada um deve fazer aquilo que entender”	Responsabilidade do utilizador	<b>Responsabilidade do utilizador</b>
P6. “Não é a aplicação que obriga fazer alguma coisa.”		
P1. “Recrutadoras a oferecer emprego, já vi pessoas à procura de boleia,	Uso fora do objectivo da app	<b>Uso fora do objectivo da app</b>

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

a fazer campanha política”

---

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Quando colocada a questão relativa ao que as outras pessoas poderiam ter como razões para usar o Tinder encontramos nas vozes dos participantes deste estudo a replicação de conteúdos de algumas categorias já assinaladas como justificação para que se mantivessem a usar a *app*. São elas as categorias finais “ser um espaço facilitador do envolvimento sexual” e “ser um espaço para conhecer novas pessoas e eventuais amizades” que se vêm mantendo como vetores transversais às respostas dadas às 3 últimas questões. Todavia emergem outros conteúdos dignos de nota, nomeadamente nas categorias intermédias “plataforma de socialização” e “fonte de reforço pessoal”. Congregadas na categoria final “Ser um espaço digital de comunicação e reforço pessoal” permitem-nos considerar que o Tinder aproxima-se de outras aplicações na forma de redes sociais em que a troca de comunicação existe, mas a validação por parte dos outros é tão importante que funciona como fator de manutenção do utilizador na aplicação seja por promoção da autoestima, autoconfiança ou promoção pessoal, como deixam transparecer as unidades discursivas recolhidas.

Nas respostas a esta questão verificamos alguma diversificação dos conteúdos associados aos relacionamentos, que surgem sem especificação, no formato de relações amorosas, ou com contornos diferentes consoante as idades (categorias intermédias) que se agregam na categoria final “ser um espaço de encontros e relações potenciais.

Finalmente pareceu-nos digno de registo o surgimento de unidades discursivas que relativizam e contextualizam a utilização da aplicação, ao mesmo tempo que responsabilizam o seu utilizador que resultam em duas categorias finais (“uso da *app* contextualizado” e “responsabilidade do utilizador”), às quais se junta uma última categoria que assinala a recorrência ao Tinder com outros fins completamente distintos dos objetivos da *app*.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.5. Resultados obtidos na questão 5

Tabela 7: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 5.

Questão 5 Partindo do princípio que a aplicação te proporcionou contactos com outras pessoas qual é a avaliação deste processo?		
Unidades discursivas	Categorias intermédias	Categorias finais
P1. “Eu acho que o processo é bom”		
P2. “A minha avaliação é boa”	Avaliação positiva	
P3. “Acho que é boa”		<b>Avaliação positiva pela simplicidade e pela funcionalidade gerir contactos</b>
P4. “É um balanço muito positivo”		
P5. “Acho que a aplicação funciona bem”		
P1. “Cumpre com aquilo a que se propõe”		
P4. “Cumprindo a sua missão”		
P8. “As outras alternativas ao uso do Tinder, não me agradam tanto”		
P7. “Simples e fácil”	Avaliação positiva	
P6. “É simples”	pela simplicidade	
P6. “Ou se gosta ou não”		
P4. “A app permite criar contactos com várias pessoas de forma fácil e prática”	Avaliação positiva pela funcionalidade	
P6. “Permite bloquear contactos se alguém for incorreto”	(gerir contactos)	
P6. “Tem uma área de pessoas à tua volta que ajuda a conhecer pessoas novas”		
P8. “Tem-me trazido mais desilusões do que recompensas”	Avaliação negativa pelos resultados	<b>Avaliação negativa pelos resultados</b>
P8. “O facto de converter poucos matches em encontros”		
P8. “O facto dos encontros, não terem resultado em nada”		
P7. “Acho que isto é como montras de supermercado,	Comparação com montras de	<b>Avaliação crítica</b>

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

lojas de roupa”	estabelecimentos comerciais	<b>com base na exposição e escolha pela imagem</b>
P7. “As pessoas só têm um objetivo, observar”		
P7. “Gosta do que vê, carrega sim, senão gosta, carrega não”.	Crítica à escolha baseada na imagem	
P7. “Género fast food na versão interação baseada na imagem”		
P8. “Ao ver o sucesso de amigos e conhecidos, fica a sensação de que também eu posso ter esse sucesso”	Unidade residual	<b>Unidade residual</b>

---

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Na análise das respostas obtidas na quinta questão evidenciam-se as categorias intermédias que refletem predominantemente uma avaliação positiva no geral, pela simplicidade e função da aplicação, que no processo de hierarquização constituem a categoria final “avaliação positiva pela simplicidade e pela funcionalidade de gerir contactos”. Todavia temos ainda duas categorias finais de relevo: “Avaliação negativa pelos resultados” e “Avaliação crítica com base na exposição e escolha pela imagem”, cada uma delas sustentadas em unidades discursivas de um participante específico (Sujeito 8).

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.6. Resultados obtidos na questão 6

Tabela 8: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 6.

Questão 6: Das pessoas que já conheceu através do Tinder alguma vez resultou uma relação? amorosa/romântica/física?			
Unidades discursivas	Categorias intermédias	Categorias finais	
P1. “Não”	Não, sem especificação		
P8. “Não”		<b>Não</b>	
P5. “Não. Porque não é esse o meu objetivo.”	Não, porque não era esse		
P6. “Nenhum, para mim não procuro isso”	o propósito		
P2. “Sim, já.”	Sim, sem especificação		
P3. “Sim, já.”			
P7. “Já tive encontros sim”	Sim, encontros	<b>Sim, encontros com relações físicas, por vezes com outro envolvimento</b>	
P8. “Sim, já tive encontros”			
P4. “Relações físicas e talvez românticas”	Envolvimento físico e		
P4. “Algo entre o físico e o amoroso”	possivelmente romântico		
P7. “(encontros) apenas físicos.”	Envolvimento físico		
P8. “Nenhum deles deu em nada”	Encontros sem	<b>Encontros sem envolvimento físico ou amoroso</b>	
P8. “Não tiveram seguimento, não terminaram em envolvimento físico ou amoroso”	envolvimento físico ou amoroso		
P8. “Fiquei amigo de uma delas.”	Encontros resultaram em		
P8. “Já fiz uma ou outra amizade, mas não passa disso.”	amizade		



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

A questão 6 pretendeu clarificar quais os resultados da utilização do Tinder, que surgiram dos discursos dos participantes neste estudo. Da análise da tabela 8, retiramos que 4 dos 8 participantes não tiveram qualquer tipo de envolvimento físico ou amoroso (dois deles porque não é esse o objetivo da utilização da *app*).

Parece ser claro que neste grupo os encontros ocorrem sem que a evolução para outro tipo de ligação ou envolvimento seja sempre a consequência desses mesmos encontros, pois assim como encontramos relatos de relações físicas por vezes com outro tipo de ligação (categoria central) também temos encontros que resultaram em amizades (categoria intermédia que integra a categoria final “Encontros sem envolvimento físico ou amoroso”).

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.7. Resultados obtidos na questão 7

Tabela 9: Unidades discursivas, Categorias intermédias e categorias finais obtidas na questão 7.

Unidades discursivas	Categorias intermédias	Categorias finais
P4. “São situações diferentes”	São situações	<b>São situações</b>
P4. “A principal diferença é a abrangência.”	distintas	<b>distintas</b>
P1. “Eu gosto mais de conhecer pessoas ao vivo para conhecer pessoas prefiro ao vivo”.	É preferível conhecer pessoas ao vivo	<b>Há vantagens em</b>
P5. “Claro que é preferível conhecer pessoas ao vivo”		<b>conhecer pessoas</b>
P1. “A linguagem corporal diz muito sobre a atitude da pessoa e sobre a conversa”	Ao vivo a conversa é mais fácil	<b>ao vivo pela facilidade da</b>
P1. “É mais fácil criar conversa pessoalmente, o meio permite sempre pegar em alguma coisa (na conversa)”		<b>conversa, da dificuldade da</b>
P3. “Partes do princípio que a outra pessoa te acha atraente ou interessante”	Ao vivo há a incerteza da conquista	<b>conquista e por terem mais</b>
P5. “há a magia da conquista, que aqui (Tinder) não existe a meu ver as relações pessoais ganham em relação às virtuais, daí não procurar relações sérias aqui.”		<b>possibilidade de se desenvolverem</b>
P5. “Acho que certas relações estabelecidas pessoalmente têm mais condições para perdurarem no tempo”	As relações pessoais têm mais potencial de perdurarem	<b>relações duradouras</b>
P1. “O Tinder é possível usar em qualquer lado, (pode-se) filtrar os parâmetros que se quer”		
P1. “O Tinder abrange muito mais”	Vantagens que derivam da própria aplicação	<b>Vantagens que derivam da</b>
P5. “Uma relação virtual usufrui de tempo para a resposta”		<b>própria aplicação</b>

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

P5. “Pessoalmente, já não acontece isso (ter tempo para pensar na resposta)”

P4. “No Tinder conhece-se pessoas de todo o tipo”

P2. “O Tinder é uma forma de nos apresentar pessoas”

P2. “Com as horas que passamos no trabalho, pouco tempo nos sobra para conhecer pessoas novas e iniciar novas relações”

P2. “Já não estou na escola ou na universidade, onde é fácil fazer amigos”

P1. “À partida há a certeza de que há alguém que está interessado em nós”

P5. “Que à partida sabemos que a outra pessoa está também interessada em nós”

P5. “Pessoalmente, é mais difícil perceber isso (o interesse do outro)”

P5. “As pessoas utilizam esta app como um corta mato para o objetivo proposto”

P5. “Como alguém que usa o GPS, em vez do mapa”

P3. “É um atalho dado o que se procura”

P1. “Aqui (Tinder) é muito difícil criar conversa com alguém que não tenha uma descrição ou algo distintivo nas fotos”

P5. “Aqui (Tinder), não conseguimos perceber a verdadeira identidade da pessoa”

P1. “É muito fácil fingir numa conversa online”

P1. “Manda um emoji a rir, mas na verdade, nem sequer se estão a rir”

P1. “Pessoalmente isto não dá para fingir”

P5. “A maioria das relações estabelecidas no Tinder têm menos probabilidade de se converterem em relações

O Tinder é uma forma de conhecer pessoas, por falta de oportunidade noutros contextos

No Tinder há certeza do interesse do outro

O Tinder é usado como um atalho para o que se procura

No Tinder há mais incertezas quanto à identidade do outro

Online é mais fácil o fingimento

Fragilidades das relações

**O Tinder tem as vantagens de proporcionar conhecimentos que doutra forma não aconteciam, com a certeza do interesse do outro nos objectivos inerentes à app**

**A desvantagem do Tinder é a incerteza acerca de quem é quem responde**

**Fragilidades das relações**

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

duradouras”

P5. “As relações virtuais irão ter uma parte física, se a parte física não for madura o suficiente, o mais certo é esse relacionamento não resultar. (no tinder)”

P5. “Acho que essa magia se está a perder, devido à grande adesão das pessoas neste tipo de aplicações e redes sociais.”

P5. “Aqui, (no Tinder) é tudo mais mecanizado”

estabelecidas no  
Tinder

**estabelecidas no  
Tinder**

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Nas respostas à 7ª questão, os participantes conseguiram dar voz às suas perspetivas quanto às diferenças entre, entre conhecer pessoas ao vivo, e pessoas através do Tinder, analisando vantagens e desvantagens de ambas as situações. Reconhecendo que são situações distintas (categoria final) os seus discursos deram origem às restantes categorias finais: Há vantagens em conhecer pessoas ao vivo pela facilidade da conversa, da dificuldade da conquista e por terem mais possibilidade de se desenvolverem relações duradouras”; “Vantagens que derivam da própria aplicação”;” O Tinder tem as vantagens de proporcionar conhecimentos que doutra forma não aconteciam, com a certeza do interesse do outro nos objetivos inerentes à app”;” A desvantagem do Tinder é a incerteza acerca de quem é quem responde” e finalmente “Fragilidades das relações estabelecidas no Tinder”.

A análise das categorias intermédias que dão corpo a cada uma destas categorias centrais permite uma leitura da experiência destes 8 participantes de uma forma mais detalhada. Assim, as vantagens que alguns reconhecem ao Tinder têm a ver com a preferência da possibilidade de conhecimento das pessoas ao vivo, situação em que a conversa parece decorrer com mais facilidade, e onde as dificuldades da conquista aparecem com uma índole mais positiva que negativa. Assim, encontramos discursos que apostam preferencialmente na durabilidade das relações encetadas ao vivo e pessoalmente. Quando centrados no uso do Tinder são-lhe reconhecidas vantagens como a abrangência da aplicação, a disponibilidade em qualquer lugar (unidades discursivas) que parecem ser exclusivas da aplicação, e que são rentabilizadas quando as oportunidades de socializar estão mais reduzidas (categoria intermédia) com bastante certeza quanto ao interesse do outro com quem faz “match” (idem) e quanto à partilha de objetivos para o uso da app (idem), surgindo no discurso de 3 participantes o reconhecimento da função “atalho”, “GPS” ou “corta-mato” que o Tinder pode assumir.

No entanto também encontramos participantes que reconhecem ser mais difícil criar uma conversa com alguém que não tem rosto ou de quem se duvida da identidade (categoria intermédia) principalmente dada a facilidade do fingimento no Tinder (idem) antevendo mais fragilidades nas relações que se originam neste contexto.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.8. Resultados obtidos na questão 8

Tabela 10: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias finais obtidas na questão 8

Unidades discursivas	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P1. “O Tinder dá tempo às pessoas para pensar no que vai responder”	No Tinder, o Início de conversação mais artificial	<b>No Tinder a conversação é menos natural</b>
P1. “A conversa não é tão espontânea”		
P1. “A conversa deixa de ser genuína e passa a ser trabalhada”		
P2. “Pelo Tinder é perguntar o que faz, comentar alguma foto”		
P4. “Virtualmente tens que ser muito mais criativo”		
P2. “O contexto é mais limitado”	No Tinder contexto da conversa mais limitado	
P2. “Acabando por ser repetitivo de match para match pessoalmente, há sempre um contexto por onde se pode desenrolar uma conversa”		
P8. “No Tinder tens tempo para ver o perfil”	No Tinder há mais tempo de preparação	
P8. “No tinder tens tempo de pensar numa abordagem inicial e criativa”		
P8. “Iniciar um contacto pessoalmente, tens de pensar em algo, no momento”		
P3. “Partes do princípio que a pessoa te acha atraente (facilita o contacto)”	No Tinder há conhecimento do interesse prévio ao encontro	<b>O Tinder facilita o conhecimento prévio da intenção do outro e evita a rejeição</b>
P8. “No Tinder, já sabes que há algum interesse”		
P8. “Se está no Tinder é porque em princípio está solteira e procura encontros”		
P8. “Se fez match contigo é porque te considera minimamente atraente”		
P6. “Aqui na app sabemos que 2 pessoas procuram falar		

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

uma com a outra”

P6. “Aqui, evitam sofrimentos, sentimentos”	No Tinder evita-se a rejeição	
P6. “Somos uns disfarces”		
P8. “No Tinder podem simplesmente ignorar o teu contacto”		
P4. “No Tinder dá muito mais segurança”		
P3. “Pessoalmente, não podemos assumir nada (se a pessoa acha atraente)”	Pessoalmente há desconhecimento da reacção ao 1º contacto	
P8. “(Pessoalmente) nunca se sabe como nos podem ver, ao vivo, não tens qualquer garantia ao abordar outra pessoa”		<b>Pessoalmente não se antecipa a reacção ao primeiro contacto aumentando a possibilidade de rejeição</b>
P6. “Se alguém te abordar na rua, (...) e dizer que quer tomar um café, a aceitação a essa abordagem não será muita”	Pessoalmente há maior possibilidade de rejeição	
P6. “Pessoalmente terão que responder de alguma forma, seja com uma rejeição, seja com recetividade.”		
P4. “Pessoalmente, há aquele fator de dúvida em saber se a outra pessoa está ou não interessada, havendo a possibilidade de ela levar a mal.”		
P4. “Pessoalmente, podemos perceber melhor quem é a pessoa”	Pessoalmente é mais natural	<b>Pessoalmente é mais natural</b>
P4. “Pessoalmente é muito mais natural”		
P7. “Aqui nunca sabemos se é a verdadeira pessoa”	No Tinder há risco de falsas identidades	
P7. “Encontrei alguns casos de identificação falsa”		<b>No Tinder existem riscos</b>
P7. “As pessoas parecem ser mais defensivas no Tinder”	No Tinder pode haver riscos	
P7. “Sou muito cuidadoso em relação ao ao perigo que este tipo de aplicação acrescenta”		
P7. “Sou muito cuidadoso em relação ao tipo de		

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

informação que deixo passar”

---

Quando questionados sobre as eventuais diferenças que existem no início de um contacto virtual ou pessoalmente, os participantes foram unânimes no reconhecimento de que se tratam de situações distintas.

Com a análise das unidades discursivas, tornou-se possível agrupar os relatos dos mesmos em categorias intermédias e posteriormente em categorias finais. A primeira, “No Tinder a conversação é menos natural (Categorias intermédias: No Tinder o início da conversação é mais artificial; o contexto da conversa é mais limitada e há mais tempo de preparação) remete-nos para uma constatação evidente em vários excertos das entrevistas apontando para o facto de os participantes terem de trabalhar a forma e o conteúdo da conversação, pois estão a usar como intermediário inicial um dispositivo móvel e uma aplicação que apenas lhe facilitam uma imagem e a informação de que a pessoa por trás dessa imagem poderá sentir-se atraído suficientemente para fazer um “match”.

Neste sentido surge a segunda categoria final “O Tinder facilita o conhecimento prévio da intenção do outro e evita a rejeição (Categorias intermédias: No Tinder há conhecimento do interesse prévio ao encontro e evita-se a rejeição) que corporaliza uma das funções mais apreciadas da aplicação – só há comunicação se houver *match*, sendo certo que ambos os interlocutores se escolheram mutuamente para um eventual contacto e possível encontro que retira do contexto a possibilidade de qualquer um deles não estar interessado. O mesmo já não acontece, quando os contactos são estabelecidos pessoalmente.

A categoria final “Pessoalmente não se antecipa a reacção ao primeiro contacto” sustenta a necessidade de controle do que se poderá passar, reaparecendo o tema da rejeição (categoria intermédia). No entanto os participantes conseguem distinguir que apesar destes factos no Tinder existem riscos (categoria final) nomeadamente perante falsas identidades, o que poderá estar na base da categoria final “Pessoalmente é mais natural” sustentada nas unidades discursivas de apenas um dos 8 sujeitos entrevistados.



## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

### 7.4.2.9. Resultados obtidos na questão 9

Tabela 11: Unidades discursivas, Categorias Intermédias e Categorias Finais obtidas na questão 9.

Questão 9 Qual é a sua opinião sobre o modo como o Tinder funciona? (Principais benefícios e principais limitações)		
Unidades Discursivas	Categorias Intermédias	Categorias Finais
P8. “O Tinder veio revolucionar o mundo do dating”	Aplicação	<b>Aplicação</b>
P8. “Veio facilitar muito a vida de quem procura encontros casuais e relações de curta duração.”	inovadora	<b>inovadora</b>
P1. “É conveniente e abre a possibilidade de conhecer gente, que de outra maneira seria improvável de conhecer”	Facilitador de	<b>Promove o conhecimento entre pessoas com potencial de conexão e desenvolvimento da comunicação</b>
P5. “O facto de possibilitar encontrar pessoas interessantes, de diferentes perfis (mais animadas, mais envergonhadas).”	conhecimento de novas pessoas	
P3. “Facilita o conhecer gente nova”		
P4. “Acho uma boa forma de criar conexão”	Potencial de	
P6. “É unir duas pessoas que olham para um perfil, presume-se que a pessoa é real e aceitam, ambas, por mútuo acordo começar a comunicar”	conexão e início da comunicação	
P8. “O conceito de se focar nas fotos e de só permitir conversas quando ambas as pessoas mostram interesse, foi inovador”		
P2. “Penso que funciona bem. Corresponde ao que se propõe.”	Vantagens sem especificação	<b>A app funciona bem, e tem várias vantagens</b>
P4. “Limitações não tenho nada a apontar.		
P7. “Facilidade na procura”	Vantagens de	
P4. “Facilidade e abrangência	segurança,	
P8. “O Tinder mostra uma maior abrangência de pessoas atraentes.”	procura e abrangência	
P4. “Abrangência”		

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

P5. “As pessoas ainda me parecem muito cétricas em relação a conhecer pessoas por aqui”	Valorização do relacionamento	<b>Valorização do relacionamento</b>
P3. “Só pessoalmente se verifica a química, cumplicidade e amizade”	pessoal	<b>pessoal</b>
P1. O facto de tornar a conversa muito elaborada de não ter um mecanismo para melhorar a pool de matches.	Limitações da funcionalidade da <i>app</i>	<b>Limitações funcionais e técnicas</b>
P7. “Não dar para filtrar quanto às intenções.”		
P2. “Como empresa que é, tem que gerar lucro as limitações para a modalidade free, compreendo-as”		
P8. “Removeram uma funcionalidade que eu gostava chamada de Tinder social que permitia marcar saídas em grupo”		
P8. “A funcionalidade de testar continuamente as fotos para selecionar a melhor, ainda aparece, mas parece não estar a funcionar”		
P8. “Os superlikes parecem não ter o efeito pretendido”		
P2. “Acho que é uma app pesada e que consome muita bateria”	Limitações técnicas	
P5. “Limitação é apenas o facto de não sabermos se a pessoa com quem estamos a falar, corresponde mesmo ao verdadeiro eu daquela pessoa”	Limitações na validade das identidades	<b>Limitações na validade das identidades</b>
P6. “E a falta de credibilidade que uns impõem”		
P6. “Perfis falsos”		
P6. “Fazem desvalorizar todos os esforços que uma interação social tem.”		

As respostas sintetizadas na tabela acima (cf. Tabela 11), permitiram identificar um total de seis categorias finais, designadamente “Aplicação inovadora”, “Promove o conhecimento entre pessoas com potencial de conexão e desenvolvimento da comunicação”, “A app funciona bem e tem várias vantagens”, “Valorização do relacionamento pessoal”, “Limitações funcionais e técnicas” e “Limitações na validade das identidades”.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Os sujeitos acabaram por relatar vantagens e desvantagens da aplicação e do seu funcionamento, destacando em grande parte que uma das vantagens desta aplicação é o facto de ser segura, facilitar a procura de parceiros e a abrangência que apresenta, na medida em que permite conhecer um maior número de pessoas, com potencial de conexão e início de comunicação. (categorias intermédias). Na continuidade da análise das unidades discursivas encontraram-se categorias intermédias inerentes às limitações da aplicação, designadamente limitações técnicas, de funcionalidade e limitações na validade das identidades, denotando uma análise crítica da outra face da moeda: as contingências de uma aplicação informática facilitadora de encontros.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **7.5. Discussão dos resultados**

A análise dos discursos transcritos, fundamentada, no método da *Grounded Analysis* (Strauss & Coubin, 1990) ou Teoria sustentada nos dados, possibilitou o desenvolvimento de uma construção dos discursos do grupo de utilizadores do Tinder, que se assumem como estrutura da discussão dos resultados.

A elaboração do discurso grupal corresponde a uma fase final de um trabalho de seleção e categorização dos resultados obtidos, no curso das entrevistas. Esta elaboração apresenta como grande vantagem o facto de possibilitar a síntese, tendo em consideração, os núcleos de significados mais importantes (Fonte, 2005).

Segundo Fonte (2005), com isto pode ser criada a teoria emergente da experiência partilhada pelos sujeitos, indo de encontro ao nome do procedimento escolhido para esta investigação, designadamente a *Grounded Theory* ou Teoria Sustentada nos dados.

Encontramo-nos, assim, diante da oportunidade de dar uma estrutura final à informação obtida, organizando-a num discurso construído nas narrativas dos 8 utilizadores entrevistados.

De forma consciente, decidimos incluir a construção do discurso do grupo na discussão de resultados, uma vez que para além de darmos forma teórica aos registos empíricos obtidos, também, conseguimos articulá-los com as referências bibliográficas que deram suporte a esta investigação.

Seguidamente, será aqui debatido parte do conteúdo, centrando-se a atenção nas categorias intermédias e finais que, foram sendo encontradas. Decorrente disto, e tendo em consideração o discurso dos 8 sujeitos entrevistados, torna-se possível verificar que a esmagadora maioria, iniciou a sua utilização desta aplicação, na expectativa de conhecerem pessoas novas, conforme é possível constatar através de algumas expressões:

*“Tem imenso potencial para conhecer pessoas novas” (Sujeito 1)*

*“É uma forma de conhecer pessoas” (Sujeito 2)*

De acordo com a revisão da literatura, torna-se possível afirmar que as unidades discursivas dos participantes são congruentes com a informação encontrada, no que diz

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

respeito à utilização para esta aplicação, nomeadamente devido à potencialidade que a app apresenta para se estabelecerem relações sociais e laços de amizade novos.

A aplicação, de forma retórica, não se posiciona especificamente como uma aplicação de *online dating*, mas sim como uma rede social para pessoas se conhecerem, não obstante, os utilizadores seja pela lógica de funcionamento, pela arquitetura ou inclusive pelos símbolos visuais, trataram de a apropriar dessa forma atribuindo-lhe diferentes funções e utilizando-a não apenas como uma aplicação para conhecer outros, mas também com o intuito de desenvolver mais do que uma relação de amizade (Sepúlveda, 2016).

Na construção do discurso do grupo percebemos que o conhecimento da aplicação Tinder ocorreu preferencialmente através de amigos e da internet e as razões subjacentes à criação de um perfil neste contexto foram conhecer pessoas novas e marcar encontros, em alguns casos por curiosidade.

Tal como referem Nogueira e Silva, (2014) o Tinder é um facilitador para que o utilizador “encontre amigos, comece relacionamentos e fique aberto a tudo mais”.

Depois da criação do perfil, outras motivações surgem, para além das fortemente associadas ao relacionamento social para amizades e por diversão.

*“Foi uma forma de conhecer pessoas” (Sujeito 2)*

*“Principalmente conhecer pessoas interessantes” (Sujeito 2)*

*“Procuro diversão” (Sujeito 3)*

O cariz sexual emerge quando se referem ao próprio, “*Sexo casual*”, mas também às motivações que se reconhecem nos outros utilizadores conhecidos:

*“Há gente que usa exclusivamente à procura de relações sexuais” (Sujeito 1)*

*Acho que as pessoas utilizam mais à procura de companhia sexual” (Sujeito 5)*

Já referimos anteriormente o trabalho de Ligtenberg (2015). Para esta investigação, foram inquiridos cento e quarenta e dois sujeitos, com idades entre 18 a 30 anos, tendo a conclusão desta pesquisa online sobre a utilização do Tinder revelado 10 motivações para a utilização desta aplicação, designadamente companheirismo, intimidade, aumento da autoestima, sexo casual, emoção, passatempo, vigilância, entretenimento e relaxamento.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Como as motivações mais importantes ficaram o entretenimento, o passatempo, as emoções e o relaxamento. Tendo em linha de conta o que encontramos nas vozes dos nossos participantes coincidem as motivações do aumento da auto-estima, do sexo casual, passatempo/diversão/entretenimento. Ou seja, apresentando-se na essência como uma aplicação de relacionamentos amorosos, o Tinder tem-se versatilizado como ‘passatempo’ e como ‘interação divertida’, por parte dos utilizadores. (Sepúlveda, 2016).

Quando estão em causa as motivações reconhecidas nos outros o Tinder é visto como um espaço digital de reforço e autoconfiança que advém da quantidade de pessoas que fazem match com o usuário, conforme expressões,

*“Acho que há gente que utiliza como um reforço de ego ou de autoestima” (Sujeito 1)*

*“Outras pessoas vêm procurar mais autoconfiança” (Sujeito 6)*

Relativamente às motivações para a utilização do Tinder, conclui-se com base nos discursos dos sujeitos que as principais motivações se prendem à vontade e desejo de conhecerem pessoas novas, assumindo que neste sentido, a aplicação cumpre com aquilo a que se propõe, uma vez que devido à abrangência que esta disponibiliza, torna-se possível conhecer pessoas, que de outra forma, não seria viável. Para além desta motivação, foram notáveis, também, a diversão, o passatempo e a procura de relações sexuais, como já referimos anteriormente. Esta conclusão vai de encontro, também, aquilo que se foi indubitavelmente encontrado na literatura, relativo às motivações para a utilização desta aplicação.

Já no domínio da eficácia da aplicação e dos seus resultados em termos de encontros nomeadamente sexuais A app é vista globalmente numa perspetiva positiva na sua dimensão utilitária (simples, gestão de contactos),

*“Simples e fácil” (Sujeito 7)*

*“Acho que a aplicação funciona bem” (Sujeito 5)*

O funcionamento é simples e intuitivo. Após a definição de critérios vão surgindo perfis de utilizadores e em função do interesse, o utilizador deslizará a foto do perfil apresentado para a direita ou para a esquerda ou clica nos símbolos coração ou cruz, não recebendo o utilizador do perfil informação sobre se foi aceite ou rejeitado.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Em alguns casos a avaliação é descrita como negativa quando está em causa quer o processo (escolha do match de acordo exclusivamente com a imagem) quer como por vezes os resultados: nem todos os matches resultam em encontros, e nem todos os encontros resultam em sexo ou em outras formas de envolvimento, na experiência dos participantes a quem demos voz. Como refere Sepúlveda (2016) o envolvimento emocional/amoroso pode acontecer, ou não, mas o que realmente interessa aos utilizadores é interagir e comunicar. Todavia, também encontramos excertos de insatisfação, como por exemplo o participante 8 quando refere:

*“Tem-me trazido mais desilusões do que recompensas”.*

No que concerne à eficácia da aplicação, compreende-se que de uma forma geral, os sujeitos relataram que a aplicação é caracterizada pela sua fácil e simples utilização. De certa forma as pessoas podem sentir-se mais à vontade usarem estes aparelhos tecnológicos e eletrónicos (Turkle, 2012). Por outro lado, dadas as condições da vida contemporânea, tais como a falta de convívio social, a sobrecarga de trabalho fazem com que mais pessoas se envolvam romanticamente através de relações mediadas através de computador (Anderson, 2006) e a justificação da procura e oferta deste tipo de serviços baseados na Internet, pode estar eventualmente ligada às alterações nos modos de relacionamento social, resultado das alterações na vida pessoal e profissional, a uma crescente presença da internet na vida de todos e de cada um, e à forma como enquadraram as tecnologias de comunicação e informação nas suas vidas.

Quando nos debruçamos sobre a avaliação crítica com base na exposição e escolha pela imagem, surgem algumas expressões que revelam a seleção de pessoas, baseadas numa imagem de perfil. Esta ausência de relação cara a cara, aliada à construção de um perfil em que o utilizador pode eleger que informação partilhar (Guadagno, 2011) resulta para um dos participantes numa escolha falseada:

*“Acho que isto é como montras de supermercado, lojas de roupa”(…) “Género fast food na versão interação baseada na imagem”(…)“Gosta do que vê carrega sim, senão gosta, carrega não”(Sujeito 7)*

Comparar conhecer pessoas novas no Tinder e pessoalmente implica comparar realidades diferentes: se há vantagens numa situação ao vivo, também as há no espaço online. As diferenças apontadas a este respeito reafirmaram-se quando se abordou o início do

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

contacto. Interessantemente a comunicação ao vivo pode ser mais natural, tal como surge nas seguintes expressões:

*“A conversa no Tinder deixa de ser genuína e passa a ser trabalhada” (Sujeito 1)*

*“A conversa não é tão espontânea” (Sujeito 1)*

*“Pessoalmente é mais natural” (Sujeito 4)*

Mas o Tinder clarifica uma intenção subentendida de encontro sustentado no que se “vê” acerca da pessoa com quem ocorre o match, que não é viável quando se aborda alguém ao vivo. Na aplicação a rejeição é praticamente impossível de ocorrer porque a atração está subjacente à ocorrência do match. E conseqüentemente é mais segura, menos ameaçadora.

De acordo com Feltz (2015) a temática da segurança vai para além da permanência na nossa zona de conforto para conversar no chat do Tinder, e está claramente associada ao facto de termos o controlo no uso da aplicação. Como só acedemos aos escolhidos que nos escolheram existe o controle pelo menos da informação nuclear de que houve atração entre os dois intervenientes:

*“Se fez match contigo é porque te considera minimamente interessante” (Sujeito 8)*

E se o controle aparentemente existe online ao vivo a reação do outro é imprevisível, surgindo o fantasma da rejeição novamente:

*“Pessoalmente, não podemos assumir nada (se a pessoa acha atraente)” (Sujeito 3)*

*“Pessoalmente, há aquele fator de dúvida em saber se a outra pessoa está ou não interessada, havendo a possibilidade de levar a mal” (Sujeito 4)*

Estamos pois perante um grupo de sujeitos que ao usar esta aplicação defende a sua funcionalidade como positiva, na medida em promove contactos, conhecimentos e conexões e comunicação, como referiram alguns sujeitos,

*“O Tinder veio revolucionar o mundo do dating” (Sujeito 8)*

*“Veio revolucionar muito a vida de quem procura encontros casuais e relações de curta duração” (sujeito 8)*



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

*“O facto de possibilitar encontrar pessoas interessantes, de diferentes perfis (mais animadas, mais envergonhadas)” (Sujeito 5)*

*“Acho uma boa forma de criar conexão” (Sujeito 5)*

seja o resultado o desenvolvimento de amizades, contactos sexuais ocasionais, ou relações amorosas.

### **Conclusão**

É inegável o sucesso que a aplicação Tinder teve ao criar um movimento que captou a atenção de um vasto número de utilizadores.

Tendo em consideração este sucesso e a massificação de utilização desta aplicação, o desenvolvimento deste estudo corresponde à necessidade de dar voz às vivências e experiências subjetivas de quem se disponibilizou a falar sobre a temática nas suas vidas, em Portugal.

Ainda que seja uma aplicação recente, é certo que cada vez mais as pessoas tendem a utilizá-la, devido às características inovadoras que a compõem. Estas características encontram-se relacionadas com a facilidade e simplicidade de utilização, a abrangência de pessoas que a aplicação dispõe, bem como a rapidez em criar um perfil no Tinder.

Como já referido, ao longo da revisão da literatura, esta aplicação apresenta uma instalação simples e rápida e em, somente dois minutos, encontra-se criada uma conta no Tinder. Importa, referir que os resultados encontrados ao longo deste estudo não se afastam de algumas destas conclusões, na medida em que todos os sujeitos realçaram a vantagem na aplicação em possuir estas características.

Tal como explicado, também, nesta aplicação se podem encontrar participantes que apresentam uma frequência diária de utilização, mais concretamente, em média 3 vezes por dia.

Apesar de ser uma aplicação em que a sua utilização tem sido cada vez maior, é importante reforçar que de acordo com o discurso dos dos participantes que, de uma forma clara, todos eles já procederam à instalação e desinstalação da app, por variados motivos como, por exemplo, o facto de terem dado início a uma relação amorosa e romântica.

Foi possível verificar, também que a utilização desta aplicação se confina essencialmente à procura e estabelecimento de novas e potenciais relações de amizade, uma vez que pela facilidade e abrangência do conceito desta aplicação, é possível conhecer um conjunto vasto de pessoas, dentro de um raio de 160 quilómetros, que de outra forma, não seria possível.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Surpreendentemente, o grupo de utilizadores da aplicação salientam como aspeto positivo do Tinder a sociabilidade, uma vez que alcançam um número significativo de amizades novas, não obstante, esta sociabilidade parece ter vindo a tornar-se restrita ao mundo virtual.

Ainda que este tipo de interacção seja encarado como um benefício e se apresente carregada de vantagens na ótica de quem utiliza a app, também evidenciaram que o estabelecimento de relações sociais e o início de contacto pessoalmente, continua a ser o meio eleito, na medida em que a apresentação do Eu, virtualmente, pode ser facilmente manipulada e, concomitantemente, as relações estabelecidas pessoalmente parecem perdurarem mais em termos temporais, do que aquelas criadas virtualmente, talvez pela facilidade existente em desligar da aplicação, bem como das pessoas.

Outro aspeto que merece, aqui, ser realçado foca-se na ausência do sentimento de rejeição e no evitamento de determinados sentimentos. Isto deve-se à facilidade existente em criar e destruir os laços estabelecidos virtualmente, uma vez que tudo se torna mais fácil e não têm que demonstrar os verdadeiros sentimentos. É mais simples deixar de falar, é mais simples terminar um relacionamento. Quanto à ausência do sentimento de rejeição, com os resultados obtidos, salienta-se que de uma forma geral, os entrevistados apontaram esta como sendo uma vantagem deste género de aplicações, visto que à partida são conhecedores da existência ou não de interesse, por parte do outro, com o facto de ocorrer um *match* ou não, enquanto que pessoalmente, torna-se mais difícil entender quais os interesses e intenções dos outros.

Interessantemente nenhum dos participantes demonstrou ter consciência que o processo primário subjacente ao Tinder é exatamente a aceitação ou rejeição de alguém que se encontra disponível numa base de contactos. Uma vez que o utilizador só se foca nos *match*, não há espaço para pensar em quantas pessoas olharam para o seu perfil e encaminharam-no para a esquerda, em vez de o terem feito deslizar para a direita.

Contrapondo a aplicação em análise a outras aplicações com o mesmo propósito, salienta-se como vantagens ser uma aplicação inovadora, facilitadora de conhecimento de novas pessoas, potenciadora de conexão e de início de novas comunicações e a valorização do relacionamento pessoal.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Prestes a terminar esta incursão no mundo virtual dos relacionamentos humanos cumpre-nos refletir naquelas que pensamos ser algumas limitações da presente investigação.

A ausência do contacto visual com os participantes que por um lado permite uma maior disponibilidade para as pessoas falarem num registo que para eles é cada vez mais comum, o chat, pode, outro lado, conduzir a dificuldades acrescidas devido à possibilidade de os sujeitos produzirem derivação dos conteúdos solicitados pelas questões, havendo necessidade de retomar as questões que compunham o guião, usando formas alternativas.

No presente trabalho pode-se sentir alguma dificuldade na clarificação de algumas temáticas mais pessoais e íntimas dada a ausência de proximidade terapêutica dos participantes.

Sendo um estudo qualitativo não é suposta a generalização dos resultados, e a dimensão experiencial dos dados recolhidos foi suficiente para suscitar o desejo de aprofundar algumas dimensões que não foram contempladas no presente estudo e que poderiam completar a atual entrevista semiestruturada. Uma dessas dimensões relaciona-se com uma maior clarificação do tipo de envolvimento vivenciado através dos conhecimentos sociais facilitados pelo uso da aplicação.

Uma outra limitação prende-se com o facto de os 8 participantes serem apenas do sexo masculino. A avaliação idêntica das experiências subjetivas de escolher e ser escolhida numa aplicação de encontros online na voz de um grupo feminino utilizadoras do Tinder está inscrita como uma oportunidade de um estudo futuro, com o intuito de aceder à especificidade das suas vivências neste contexto virtual.

Considero que seria interessante reacerder a estes sujeitos entrevistados, com a finalidade de compreender se a experiência retratada ao longo dos discursos recolhidos se mantém, ou se pelo contrário, desvaneceu.

É de salientar o enriquecimento pessoal adquirido com a realização deste estudo, mais concretamente, em termos de produção discursiva, na medida em que foi possível aceder a um conjunto de vozes com significados que foram emergindo, mesmo não ocorrendo em contexto clínico, criando narrativas que se fundem numa narrativa de grupo, com a finalidade de se constituir como um ponto de partida para novas explorações e de chegada para o

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

caminho que nos propusemos fazer na produção de conhecimento sobre um fenómeno típico dos comportamentos da modernidade.

Como futura profissional de psicologia, este foi um exercício de desafio não só aos valores que me norteiam pessoalmente, mas foi igualmente um teste à conformidade, ao entendimento de escolhas alternativas e diversas, e até aos estereótipos que por mais que não queiramos povoam os nossos pensamentos e as nossas emoções.

Em termos de experiência pessoal foi um privilégio ter tido a possibilidade de aprofundar uma área que, presentemente, ainda apresenta pouca informação e, através da voz de cada sujeito entrevistado, ter-me sido permitido aceder à riqueza de experiências e vivências que sustentam esta investigação.

**Referências Bibliográficas**

- Alhabash, S., Hales, K., Baek, J. & Oh, H. (2014). Effects of race, visual anonymity, and social category salience on online dating outcomes. *Computers in human behavior*. (35). 22-32.
- Almjed, J. (2014). A Rethorician's guide to love: online dating profiles as remediated commonplace books. *Computers and composition*. (32). 71-83. Retirado de science direct.
- Alves, M. (2009). Sobre a incomunicabilidade humana. *Dissertação de Mestrado em Comunicação*. Escola de comunicação e Artes da Universidade de São Paulo: São Paulo.
- Anderson, T., Emmers-Sommer, T., (2006). "Predictors of Relationship Satisfaction" em Online Romantic Relationships. *Communication Studies*. 57 (2). 53-175.
- Ayalon, L. & Meydan, A. (2017). Senior, mature or single: a qualitative analysis of homepage advertisements of dating sites for older adults. *Computers in human behavior* (75). 876-882.
- Bar, F., Pisani, F., Weber, M. (2008). "Mobile Technology Appropriation in a distance mirror: baroque infiltration, creolization and cannibalism".
- Bauman, Z. (1997). *Ética pós-moderna*. São Paulo: Paulus
- Bauman, Z. (2004). *Amor Líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2004). *Amor líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Barak, A. (2008). Psychological aspects of cyberspace – Theory, research, application. *Cambridge university press*.
- Best, K., Delmege, S., (2012). "The filtered encounter: online dating and the problem of filtering trough excessive information", *Social Semiotics*. 22 (3).

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Blackhart, G., Fitzpatrick, J. & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in human behavior*. (33). 113-118.

Blobaum, B. (2016). *Trust and communication in a digitized world – models and concepts of trust research*. Ed. Springer. University of Munster.

Bonnavita, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones sociales*. 10. 197-210.

Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (1994). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.

Boyd, D. (2008). “Understanding socio-technical phenomena in a web2.0 Era”. *MSR New England Lab Opening*, 22, set. Disponível em <http://www.danah.org/papers/talks/MSR-NE-2008.html>;

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 210-230. Retirado de <https://www.thesocialmediahat.com/active-users>.

Can, L. & Kaya, N. (2016). Social networking sites addiction and the effect of attitude towards social network advertising. *Procedia social and behavioral sciences*. 235. 484-492.

Cardoso, G. (2014). *A Internet em Portugal – Sociedade em Rede*. Obercom

Cardoso, G., et.al (2015). *A Sociedade em Rede em Portugal - Uma década de Transição*. Lisboa, Almedina.

Casimiro, C. (2014). “Portuguese online dating: exploring gender differences in self-presentations”. *Revista Teknokultura*. 11 (1).

Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar.

Castells, M. (2009). *A sociedade em rede*. 2. 12ª ed. São Paulo: Paz e Terra.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2004). The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless. *Annenberg Research Network On International Communication*.

Castells, M., Cardoso, G. (2005). *Sociedade em Rede: Do conhecimento à acção política*. Imprensa nacional Casa da Moeda.

Caple, H. & Knox, J. (2017). Genre(less) and purpose (less): online news galleries. *Elsevier*. 20. 204-217.

Chamaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative research*. London: Sage Publications.

Chan, L. (2017). Who uses dating apps? Exploring the relationships among trust, sensation-seeking, smartphone use, and the intent to use dating apps based on the integrative Model. *Computers in human behavior*. 72. 246- 258.

Chappetta, K & Barth, J. (2016). How gender role stereotypes affect attraction in an online dating scenario. *Elsevier*. 63. 738-746.

Chaves, M. (2008). O virtual torna-se real: estudo exploratório da formação de casais por meio da internet. 2008. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Centro de Ciências Humanas da Universidade Federal de Fortaleza. Fortaleza.

Clemens, C., Atkin, D. & Krishnan, A. (2015). The influence of biological and personality traits on gratifications obtained through online dating websites. *Computers in human behavior*. 49. 120-129.

Cohen, L. (2015). World attending in interaction: Multitasking, Spatializing, Narrativizing with mobile devices and Tinder. *Discourse, Context and Media*. 9. 46-54.

Coutinho, C., & Lisbôa, E. (2011). Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem: Desafios para Educação no Século XXI. *Revista de Educação*, 18. (1). 5-22.

Costatino, F. (2015). *Tinder: a vitrine de pessoas*. Universidade Federal Fluminense: Niterói.



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Crook, J. (2015). Hate It Or Love It, Tinder's Right Swipe Limit Is Working. *Tech Crunch*. Disponível em <http://techcrunch.com/2015/03/12/hate-it-or-love-it-Tinders-right-swipelimit-is-working/>.

Cypriano, C. (2013). Nas travessias da interface: as novas formas da vida social em rede. Tese de doutoramento em Sociologia. Belo Horizonte: UFMG.

Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.). *Handbook of qualitative research (Second Edition)*. London: Sage Publications. 1-28.

Dredge, S. (2015). 42% of people using dating app Tinder already have a partner, claims report. Disponível em: <http://www.theguardian.com/technology/2015/may/07/dating-app-tinder-married-relationship>.

Duarte, R. (2004). Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar*. 24. 213-225.

Dutton, W., (2013). “*The Study of Online Relationships and Dating*”. The Oxford Handbook of Internet Studies. Oxford Handbooks Online.

Ellison, N. B., Heino, R. Gibbs, J. L., (2006). “Managing Impressions Online: SelfPresentation Processes in the Online Dating Environment”. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 11. 415 – 441.

Ellison, N., Lampe, C., & Steinfield, C. (2009). *Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities*. The Potential For Technology-Enabled Connections. 6-9.

Feltz, M.& Chow, M. (2015). *The Security of Tinder*. CsTufts Edu.

Fernandes, E. & Maia, A. (2001). *Grounded Theory. Métodos e técnicas de avaliação: Contributos para a prática e investigação psicológicas*. Braga. Universidade do Minho. Eds. Centro de Estudos em Educação e Psicologia

Fonte, C. (2005). Investigar Narrativas e Significados: a Grounded Analysis Como Metodologia de Referência. *Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Universidade Fernando Pessoa*. 02. 209-297.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Fonte, C. A. (2006). A narrativa no contexto da ciência psicológica sob o aspecto do processo de construção de significado. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. 8(2), 123-131.

Frost, J., Chance, Z., Norton, M. & Ariely, A. (2008). People are experience goods: improving online dating with virtual dates. *Journal of interactive marketing*. 22. Interscience.

Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP.

Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Hawthorne, NY: Aldine Publishing Company.

Goffman, E. (2010). *Comportamento em lugares públicos*. Petrópolis: Vozes.

Guadagno, R., Okdie, B., Kruse, S. (2011). "Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation". *Computers in Human Behavior*. 22. 642–644.

Guadagno, R., Okdie, B. & Kruse, S. (2012). Dating deception: Gender, online dating and exaggerated self-presentation. *Computers in human behavior*. 28. 642-647.

Hefner, V. & Khan, J. (2014). An experiment investigating the links among online dating profile attractiveness, ideal endorsement, and romantic media. *Computers in human behavior*. 37. 9-17.

Hernant, M. & Rosengren, S. (2017). Now what? Evaluating the sales effects of introducing an online store. *Journal of retailing and consumer services*. 39. 305- 313.

Hogan, B. (2009), *Networking in everyday life*. A thesis submitted in conformity with the requirements for the degree of doctor of philosophy graduate, Department of Sociology, University of Toronto.

Hogan, B. (2008). Analysing Social Networks Via the Internet. Em N. Fielding, R. M. Lee, & G. Blank. *The Sage Handbook of Online Research Methods*. CA: Thousand Oaks.

Janusz, A. (2017). *Cyberemotions*. Ed: Springer

Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

- Kossinets, G., & Watts, D. J. (6 de 1 de 2006). Empirical Analysis of an Evolving Social Network. *Science*. 311. 88-90.
- Laine-Hernandez, M., & Westman, S. (2006). Image Semantics in the Description and Categorization of Journalistic Photographs. *Proceedings of the America Society for Information Science and Technology*. 43. 1-25.
- Latour, B. (1991). On technical mediation philosophy, sociology, genealogy. *In Common Knowledge*. 3 (2).
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Lo, S., Hsihe, A. & Chiu, Yu. (2013). Contradictory deceptive behavior in online dating. *Computers in human behavior*. 29. 1755-1762.
- March, E., Grieve, R., Marrington, J. & Jonason, P. (2017). Trolling on tinder (and other dating apps): examining the role of the dark tetrad and impulsivity. *Personality and individual differences*. 110. 139-143.
- McGrath, C., Blythe, J., & Krackhardt, D. (1997). The effect of spatial arrangement on judgements and errors in interpreting graphs. *Social Networks*. 19, pp. 223 - 242.
- Mcgrath, B. & Blecker, B. & Tawil, S. (2014). Tinder Encounters. *Ethos*. 2013 (6).
- McKenna, K. Y. A., (2015). “Do Outro Lado do Espelho da Internet”, em Guilhermina Lobato Miranda (org.) *Psicologia dos Comportamentos Online*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Nam, T. (2017). Who is dating and gaming online? Categorizing, profiling, and prediction online daters and gamers. *Computers in human behavior*. 73. 152-160.
- Oikawa, E. (2013). Dinâmicas relacionadas contemporâneas: visibilidade, performances e interações nas redes sócias da Internet. In: PRIMO, Alex (Org.) *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina.
- Ong, D. & Wang, J. (2015). Income attraction: an online dating field experimente. *Journal of economic behavior & Organization*. Elsevier. 111. 23-32.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Pilar, J., Encomienda, F., Armenski, T. & García, S. (2017). The antecedente role of online satisfaction, perceived risk online and perceived website usability on the affect towards travel destinations. *Journal Destination Marketing & Management*. 1-16.

Pizzato, I., et. Al. (2012). “Recommending people to people: the nature of reciprocal recommenders with a case study in online dating”. *Springer Science Business Media B.V.*

Portella, L. (2015). *As redes sociais digitais e o conceito de amor líquido de Zygmunt Bauman, no caso do aplicativo Tinder*. Universidade de Passo Fundo: Passo Fundo.

Puschmanna, P., Horlitz, T. & Schutz, A. (2016). Risk Analysis (Assessment) Using Virtual Reality Technology - Effects of Subjective Experience: An Experimental Study. *Elsevier*. 490-495.

Recuero, R. (2010). *Redes sociais na Internet*. Col. Cibercultura. Porto Alegre: Sulina.

Reed, L., Tolman, R. & Ward, L. (2017). Gender matters: experiences and consequences of digital dating abuse victimization in adolescent dating relationships. *Journal of adolescence*. 59. 79-89.

Rosen, L., Cheever, N., Cummings, C. & Felt, J. (2008). The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating. *Computers in human behavior*. Elsevier. 24. 2124- 2157.

Serapioni, M. (2000). Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. *Ciências da Saúde Colectiva*. 5(1), 187-192. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/csc/v5n1/7089.pdf> .

Shirky, C. (2010). *A cultura da participação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Silva, T. (2011). Uso e desenvolvimento de aplicativos sociais: perspectiva da teoria atorrede. *Razón y Palabra*. 76.

Smith, A., Duggan, M. (2013). Online Dating & Relationships, 21 Outubro 2013. Disponível em <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>.

Smith, A. (2016), 15% of American Adults Have Used Online Dating Sites or Mobile Dating Apps, 11 Fevereiro 2016.

## Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

Sprecher, S., (2009). "Relationship Initiation and Formation on the Internet". *Marriage & Family Review*. 45. 6-8.

Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.

Spielmann, S. & Macdonald, G. (2016). Nice guys finish first when presented second: responsive daters are evaluated more positively following exposure to unresponsive daters. *Journal of experimental social psychology*. Elsevier. 64. 94-105.

Strubel, J. & Petrie, T. (2017). Love me tinder: body image and psychosocial functioning among men and women. *Body and image*. Elsevier. 21. 34-37.

Sumter, S., Vandebosch, L. & Lingtenberg, L. (2017). Love me tinder: Untangling emerging adult's motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and informatic*. Elsevier. 34. 67-78.

Santos, A. (2017). *Do Flerte ao "Match": Uma breve história do aplicativo Tinder e do (s) amor (es) no Brasil*.

Santos, F. & Cypriano, C. (2014). Redes Sociais, Redes de Sociabilidade. *RBCS*. 29 (85). 64-77.

Sousa, S. & Moreira, V. (2016). *A liquidez da sociedade pós-moderna: uma análise das relações sob a perspectiva do tinder*. Intercom.

Souza, A. (2016). Mas, afinal, o que é o Tinder? – Um estudo sobre a percepção que os usuários têm do aplicativo. *Verso e Reverso*. 30 (75). 186-195.

Timmermans, E. & Caluwé, E. (2017). Development and validation of the Tinder motives scales. *Computers in human behavior*. 70. 341-350.

Timmermans, E. & Caluwé, E. (2017). To Tinder or not to tinder, that's the question: an individual differences perspective to Tinder use and motives. *Personality and individual differences*. 110. 74-79.

Tufekci, Z. (2008). "Grooming, gossip, Facebook and Myspace". *Information, Communication & Society*. 11 (4). 544-564.

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Turkle, S. (2012). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

Vasconcellos, R. (2014). A solidão nas redes sociais de relacionamentos. *Revista Saber Acadêmico*. 16.

Vieira, J. & Sepúlveda, R. (2017). A autoapresentação dos portugueses na plataforma de online dating Tinder. *Observatorio Journal*. 153-185.

Vries, A. (2016). Meeting expectations: the effects of expectations on self-esteem following the construction of a dating profile. *Computers in human behavior*. Elsevier 62. 44-50.

Wada, M., Clarke, L. & Rozanova, J. (2015). Constructions of sexuality in later life: analyses of canadian magazine and newspaper portrayals of online dating. *Journal aging studies*. 32. 40-49.

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press.

Whyte, S. & Torgler, B. (2017). Things change with age: Educational assortment in online dating. *Personality and individual differences*. 109. 5-11.

**ANEXOS**

# Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder

## Anexo A: Questionário Sociodemográfico

1. Idade \_\_\_\_\_

2. Nacionalidade \_\_\_\_\_

3. Sexo: Masculino  Feminino

4. Habilitações Literárias \_\_\_\_\_

5. Área de Estudos \_\_\_\_\_

6. Profissão: \_\_\_\_\_

7. Orientação Sexual

Heterossexual

Homossexual

Bissexual

Não quer responder

Outro: \_\_\_\_\_

8. Estado Civil

Solteiro  Casado/União de facto  Separado/Divorciado  Viuvo

Há quanto tempo se registou no Tinder? \_\_\_\_\_

Quantas vezes acede ao Tinder por dia:

. Não acedo todos os dias

. Acedo entre \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_ vezes por dia

Já instalou e desinstalou a aplicação alguma vez desde que a utilizou pela primeira vez?



## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

Se sim, porque razão? \_\_\_\_\_

## **Estudo qualitativo sobre as experiências de um grupo de utilizadores do Tinder**

### **Anexo B: Entrevista Semiestruturada**

- 1) Como teve conhecimento da existência do Tinder?
- 2) Na sua opinião, quais foram as razões que o levaram a criar um perfil no Tinder?
- 3) Hoje, que já conhece a aplicação quais acha que são as motivações mais frequentes para recorrer ao Tinder?
- 4) Quanto aos outros utilizadores, quais acha que são as razões que os fazem usar esta aplicação?
- 5) Partindo do princípio que a aplicação lhe proporcionou contactos com outras pessoas, qual é a avaliação deste processo?
- 6) Das pessoas que já conheceu através do Tinder alguma vez resultou uma relação? amorosa/romântica/física?
- 7) Em sua opinião quais são as diferenças, se é que existem, entre conhecer pessoas ao vivo, e pessoas através do Tinder?
- 8) Há diferenças no iniciar contacto através do Tinder ou através do contacto pessoal?
- 9) Qual é a sua opinião sobre o modo como o Tinder funciona? (Principais benefícios e principais limitações)