

AMOR LÍQUIDO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA BAUMANIANA SOBRE O MEDO DA FRUSTRAÇÃO COMO ANTECEDENTE NA ESCOLHA POR ALGO CASUAL NO TINDER

ANA PAULA CHIARELLI¹; LAÍS VARGAS RAMM²

¹*Universidade Federal de Pelotas – paulachiarelli@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – laisramm@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, as formas de se relacionar sofreram grandes alterações em razão do maior uso dos meios digitais. Por esse motivo, os aplicativos de relacionamentos são uma das principais opções na busca por um parceiro. Junto com essa mudança, surgiram diversas outras questões que passaram a permear essa nova forma de interação.

Para as pessoas que buscam um relacionamento sério nos aplicativos de namoro, podem surgir muitas frustrações diante de uma tendência comum de pessoas que preferem não se envolver em sentimentos ou relações profundas. O medo de se frustrar, por sua vez, modula o comportamento de não investir em algo sério. De modo semelhante, o comportamento de não entrega está relacionado ao fator “investimento”, pois quanto menos se investe em um relacionamento, menos a pessoa se torna propícia às flutuações do amor (BAUMAN, 2004).

Um dos aplicativos mais utilizados na busca de diferentes tipos de relacionamento afetivo na internet é o Tinder. Ele foi criado em 2012 por alunos da Universidade do Sul da Califórnia, nos Estados Unidos. De acordo com Justin Mateen, criador do aplicativo, em entrevista publicada no site UOL e escrita por Guilherme Tagiarolli, a plataforma conta com mais de 100 milhões de usuários, tendo o Brasil como redentor de 10% desse número, sendo assim o Brasil como um dos seus principais mercados. Esses grandes números mostram a importância de se estudar essa nova forma de interação, tendo em vista que é uma opção muito utilizada na contemporaneidade, o que se leva a crer que, por se tratar de algo envolvendo tantas pessoas, as repercussões na sociedade se tornam cada vez mais evidentes.

Existem algumas opções de escolha na hora em que se cria o perfil, como limite de idade esperada, localização e gênero pretendido. Depois disso, o indivíduo pode escolher algumas fotos e escrever uma descrição em seu perfil. Com tudo pronto, já é possível ter acesso ao leque de opções, com um simples toque na tela tem-se a opção de dar um “like” que seria uma ação positiva que, se correspondida pelo outro usuário, há a possibilidade de se iniciar uma conversa através do “match”. Há também a opção de “dislike”, que seria rejeitar a sugestão, dessa forma esse perfil fica fora de escolha.

Este presente estudo visa analisar se o medo de frustrações é o principal motivo para que os indivíduos busquem algo casual. Dessa forma, foram selecionados diversos pensamentos de Bauman que tentam justificar a busca por relacionamentos desse tipo, assim como análises feitas por pessoas que já utilizaram o aplicativo como uma forma de estudo netnográfico e também foram coletados depoimentos de artigos em que há a descrição das experiências de usuários.

. Como embasamento do texto, foi utilizado o livro Amor Líquido, escrito pelo filósofo Zygmunt Bauman (2004), a partir dele e em conjunto com os demais artigos utilizados, foram construídas pistas acerca das relações contemporâneas.

Amor líquido, segundo Bauman, é um estado do amor em que a relação passou de um estado sólido, uma vez que a pós modernidade deixou em segundo plano os pilares que tornam um relacionamento duradouro e partiu para novas formas de interações que precarizaram esse sentido de amor e colocaram suas ânsias da vida moderna como prioridade. Dessa forma, a vida cada vez mais caótica, corrida e preenchida por tanto consumo, fez com que as relações também se submetessem a um valor comercial, em que o custo benefício e a busca por preencher o vazio existencial causado por um mundo onde tudo foi “coisificado”, perpetuam.

No livro Amor Líquido, Bauman explana sobre as “relações de bolso”, que seriam uma forma de se relacionar em que os indivíduos podem facilmente “guardar no bolso” todo aquele conjunto de sentimentos e experiências que são desenvolvidos nesse tipo de interação. Ou seja, é possível deixar de lado a ligação obtida com o outro na medida em que convém.

Também na perspectiva de Bauman, o virtual proporciona algo de grande intensidade, mas também permite a fácil e rápida interrupção, pois se torna fácil se livrar de tudo por conta da opção “deletar” presente nos aplicativos. Ademais, ainda nesse contexto do virtual, o filósofo propõe a reflexão sobre a grande gama de opções disponíveis nas plataformas, o que seria um possível fator de impedimento na hora da escolha, porque como se tem essa diversidade, o sentimento de perder algo ao escolher uma só pessoa torna-se muito maior. Aliado a isso, a flexibilidade de “reembolso” passa a ser viável devido ao fato de se haver muitas outras possibilidades ainda como alternativas.

2. METODOLOGIA

Esse trabalho buscou fazer uma revisão bibliográfica de tipo narrativo, partindo do livro Amor Líquido de Zygmunt Bauman, assim como também explorou informações de artigos científicos que abordam o tema relacionado à ideia de relacionamentos superficiais e efêmeros. Dados disponíveis pela empresa Match, que é a criadora do aplicativo Tinder, foram utilizados a fim de embasar a importância do estudo mediante a apresentação de números, reafirmando a grande porcentagem de pessoas que fazem o uso dessa forma de interação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos fatores que motiva a entrada dos indivíduos nos aplicativos é a menor probabilidade de ser rejeitado, pois uma aprovação prévia já foi feita por meio do “match”. Pode-se dizer que vivemos na época do capitalismo afetivo, em que as relações também contemplam o valor de custo benefício. Isso gera a manipulação dos perfis com foco no ideal de bom sujeito (qualificações sociais) o que alimenta uma série de perfis padrões ao que tange os valores adotados pela sociedade.

Em uma análise dos relacionamentos amorosos na contemporaneidade a partir da compreensão de adultos e jovens adultos, o amor gera tanto felicidade, quanto profundo sofrimento. A estratégia utilizada para amenizar esse efeito é a ideia do amor líquido, ou seja, as relações líquidas, um “amor” com data de validade. Sendo assim, a sociedade de consumo também reverberou nas relações, uma vez que consumimos as pessoas como se fossem produtos o que intensifica ainda mais os efeitos da liquidez (ACSELRAD; BARBOSA, 2018). O estudo dos autores alinha-se à

proposta de" Bauman (2011) de que o que caracteriza a vida no contemporâneo é o movimento, as possibilidades de mudança. Isso resulta em um enfraquecimento das relações significativas e no aumento de relações breves, que têm obsolescência semelhante aos produtos.

Em meio a tantas opções, escolher uma pessoa significa se fechar para outras oportunidades. Por conta disso, fechar o contrato com alguém (assumir um relacionamento sério) implica a impossibilidade de outras possíveis experiências. De forma análoga, tem-se um investimento comercial, em que se um indivíduo opta por investir em algo, pode acabar perdendo oportunidades mais lucrativas. Devido à distância do real que o virtual reproduz, a impressão que se passa é de que existem menos barreiras, o que causa a ilusão de proximidade, quando na verdade se trata do oposto. As informações são manipuladas, o que responde ao questionamento das relações superficiais nas sociedades pós modernas (MOURA; CÓRTES, 2008). Pessoas que estão procurando por parceiros sexuais tendem a limitar a experiência por apenas um encontro com a mesma pessoa. Dessa forma, Bauman estava certo quando afirmou que "Fielis a sua natureza, o amor se empenharia em perpetuar o desejo, enquanto este se esquivaria aos grilhões do amor" (Bauman, 2004, p. 20).

4. CONCLUSÕES

Com base nas informações encontradas nos artigos citados, é possível entender que muitos fatores corroboram para a manutenção do medo da frustração, que é o principal motivo para que os indivíduos busquem por algo casual, o que influencia nas escolhas dentro da plataforma.

Segundo Bauman (2004), quando se leva os relacionamentos para o contexto virtual, que seria o caso de aplicativos como o Tinder, as relações podem ser tecidas ou desmanchadas com a mesma facilidade, além do fato de que é possível que essa interação permaneça apenas no virtual, e dessa forma perde-se a habilidade de se manter laços a longo prazo. O autor ainda aponta a misteriosa fragilidade dos vínculos humanos, que acompanha o sentimento de insegurança. Esse fator inspira desejos conflitantes que contribuem para o paradoxo de querer apertar os laços (um relacionamento sério), mas ao mesmo tempo mantê-los frouxos. Desse modo, o resultado é o receio de tornar a relação mais sólida, atitude que contribui para a escolha de algo mais casual. As análises do autor são corroboradas pelas pesquisas que encontramos neste trabalho.

Antes da existência da alternativa dos relacionamentos por aplicativo, todos os sentimentos incômodos como a insegurança e o medo de se frustrar eram necessários, mas agora os aplicativos apresentam uma nova proposta, em que poderes sedutores de uma promessa em que os prazeres acontecerão de forma de formas incalculáveis, de modo proporcional aos desprazeres antes incalculáveis das relações convencionais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD, M; BARBOSA, R. R. L. O AMOR NOS TEMPOS DO TINDER: UMA ANÁLISE DOS RELACIONAMENTOS AMOROSOS NA CONTEMPORÂNEIDADE A PARTIR DA COMPREENSÃO DE ADULTOS E JOVENS ADULTOS. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 17, n. 1, p. 161-180, 2017.

BAUMAN, Z. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

DAVID, G; CAMBRE, C. Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. **Social Media + Society**, v. 2, n. 2, p. 205630511664197, 2016.

MOURA, C. S.; CÓRTES, L. S. O AMOR LÍQUIDO NA ERA DO TINDER: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA DO MINISTÉRIO DA SAÚDE SOB A ÓTICA BAUMANIANA. In: **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Rio de Janeiro. 2015.

RANZINI, G; LUTZ, C. Love at first swipe? Explaining Tinder self- presentation and motives. **Mobile Media & Communication**, v. 5, n. 1, p. 80–101, 2016

SALLES, A. C. SENTIDOS DE AMOR EM CIRCULAÇÃO NO TINDER. **Revista DisSoL-Discurso**, Sociedade E Linguagem, n. 5, 2017.

SUMTER, S. R.; VANDENBOSCH, L.; LIGTENBERG, L. Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. **Telematics and Informatics**, v. 34, n. 1, p. 67-78, 2017.

UOL. Brasil tem 10 milhões de usuários do Tinder; criador explica sucesso do app. Uol.com.br. Acessado em 31 Aug. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2014/04/23/brasil-tem-10-milhoes-de-usuarios-do-tinder-criador-explica-sucesso-do-app.htm>>