

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

Faculdade de Medicina, Psicologia e Terapia Ocupacional

Curso de Psicologia



Trabalho de Conclusão de Curso

QUAIS AS RAZÕES PARA O USO CONTINUADO DO TINDER?

Jade Moura Azevedo

Pelotas, 2019

Jade Moura Azevedo

QUAIS AS RAZÕES PARA O USO CONTINUADO DO TINDER?

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Medicina, Psicologia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Pelotas, como requisito final à obtenção do título de Psicólogo.

Orientador: Prof. Dr. Jandilson Avelino da Silva

Co-orientador: Psicólogo Cid Pinheiro Farias

Pelotas, 2019

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

A994q Azevedo, Jade Moura

Quais as razões para o uso continuado do Tinder? / Jade Moura Azevedo ; Jandilson Avelino da Silva, orientador ; Cid Pinheiro Farias, coorientador. — Pelotas, 2019.

15 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) — Faculdade de Medicina, Universidade Federal de Pelotas, 2019.

1. Psicologia. 2. Análise do comportamento. 3. Custo da resposta. 4. Redes sociais. 5. Tinder. I. Silva, Jandilson Avelino da, orient. II. Farias, Cid Pinheiro, coorient. III. Título.

CDD : 150

Jade Moura Azevedo

QUAIS AS RAZÕES PARA O USO CONTINUADO DO TINDER?

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito final para obtenção do grau de Psicólogo pela Faculdade de Medicina, Psicologia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 12/07/2019

Banca Examinadora:

.....
Jandilson Avelino da Silva (Orientador)

Doutor em Psicologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Professor da Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

.....
Cid Pinheiro Farias (Co-orientador)

Psicólogo pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

.....
Airi Macias Sacco

Doutora em Psicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Professora da Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

.....
Cláudio Raul Drews Júnior

Mestre em Saúde e Comportamento pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aqui a todos que foram atravessadores afetivos durante a minha caminhada e fizeram parte da constituição do meu ser psicóloga.

À minha avó Mirna a quem eu sou eternamente grata por todos ensinamentos que transpassam o campo dos saberes teóricos, que me ensinou a ser gentil e a tratar todos com respeito acima de tudo;

À minha mãe, Fabiane, por ser meu maior exemplo de força, determinação e pelo constante incentivo;

Ao meu pai, Roberto, por me ensinar que a potência dos afetos vai muito além dos laços genéticos;

Aos meus irmãos, Nê, Rodrigo e Caetano por dividirem comigo todas as fases da minha vida, cada um no seu tempo.

Ao Marcelo que, através do exemplo, me faz querer dar sempre o melhor de mim. Obrigada por me segurar e servir de abrigo todas as vezes que eu precisei. Nós dois sabemos o quanto eu precisei;

À minha melhor amiga, Cherrine, por, há 15 anos, ter me oferecido uma bolacha recheada. Obrigada por segurar a minha mão ao longo da vida e por nunca ter me deixado desistir da ideia de ser psicóloga. Olha onde eu vim parar!;

Ao Diego pelas graças dos trabalhos de última hora alcançadas. O que a gente fazia era milagre! Obrigada pela parceria;

À Priscila pela amizade, pelos ensinamentos múltiplos, por tudo até agora e tudo que ainda vem por aí;

À Mariana por ser amor puro. Obrigada pelas trocas. Eu me espelho muito na profissional que já és;

Aos Legais, Os Mais Prejudicados, Os Donos das Teorias: eu sou muito, muito grata por ter dividido esta longa caminhada com vocês: Aline, Arthur, Eduardo e Matheus. Foi maravilhoso!

À Universidade Federal de Pelotas e, em especial, ao curso de Psicologia e seu corpo docente que me acolheu e contribuiu para que eu me desenvolvesse pessoal e profissionalmente;

Ao meu orientador, Prof. Jandilson, pela paciência ao lidar com todo o meu drama e desespero na elaboração desta pesquisa;

A todos meus amigos e familiares que me apoiaram durante estes cinco anos passados de graduação (Mari e Gui, não esqueci de vocês), o meu muito obrigada por todo o afeto. Eu sou muito grata pela rede de apoio que eu tenho e não teria conseguido sem vocês.

Obrigada por tanto!

RESUMO

O presente estudo se propôs a analisar os processos de controle e modificação de comportamento no que se refere ao funcionamento do *Tinder*. O *Tinder* é um aplicativo de relacionamento desenvolvido para telefonia móvel, sendo disponível em versão gratuita ou paga. Esta pesquisa teve como objetivo geral compreender o uso continuado do *Tinder* através dos conceitos de Custo de Resposta e *Sunk Cost*. Realizou-se uma revisão narrativa da literatura, com consulta nas principais bases de dados. Por fim, constatou-se relação entre os conceitos analisados e o uso do aplicativo *Tinder*, uma vez que a facilidade e comodidade ao acesso a um ambiente interativo aumenta a frequência de uso, bem como o investimento financeiro também mantém o usuário ativo.

Palavras-chave: Análise do Comportamento; Custo da Resposta; Redes Sociais; Sunk Cost; Tinder.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the processes of control and behavior modification regarding the functioning of Tinder. Tinder is a relationship app developed for mobile telephony, available in free or paid version. The research aimed to understand the continued use of Tinder through the concepts of Response Cost and Sunk Cost. A narrative review of the literature was performed, with consultation in the main databases. Finally, a relationship was found between the concepts analyzed and the use of the Tinder application, since the ease and convenience of access to an interactive environment increases the frequency of use, as well as the financial investment also keeps the user active.

Key Words: Behavioral Analysis; Response Cost; Social Media; Sunk Cost; Tinder.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
MÉTODO.....	10
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	11
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	13
REFERÊNCIAS.....	14

INTRODUÇÃO

As relações humanas são moldadas e modificadas de acordo também com as tecnologias de sua época. No século XXI, o avanço da internet e suas ferramentas tecnológicas deram seus primeiros indicativos do início de uma nova era. A tecnologia móvel e a chegada dos *smartphones* deixam ainda mais visível o impacto das redes sociais na forma com que ocorrem as relações, uma vez que elas são fontes de inovação na comunicação que propiciam liberdade, transpassando as barreiras físicas e conectando pessoas pelos seus interesses, vivências e afinidades (NOGUEIRA, SILVA & DA SILVA, 2017).

Neste contexto, surgem os aplicativos de relacionamento – representados aqui por um de seus mais famosos exemplares, o *Tinder*. O *Tinder* é um aplicativo (*app*) de relacionamento desenvolvido para telefonia móvel, sendo disponível em versão gratuita ou paga (esta com acréscimo de serviços exclusivos). Seu algoritmo de utilização cruza localização e interesses em comum na seleção de possíveis pares, cabendo ao usuário confirmar seu interesse (TINDER, 2019).

Em 2014, o *Tinder* já contava com 100 milhões de usuários, tendo 10 milhões de usuários somente no Brasil (10%), consolidando-o como o terceiro maior mercado da empresa. O aplicativo *Tinder* apresenta perfis de forma simplificada; informações como nome, idade e imagem são apresentadas no primeiro momento. O usuário tem duas opções como principais: deslizar o dedo para a esquerda (em direção a um **X**) para rejeitar o perfil a mostra ou deslizar o dedo para a direita (em direção a um símbolo de coração) para aprová-lo. Esta última ação é popularmente conhecida como “*like*”. O *Tinder* oferece um número limitado de *likes* para usuários gratuitos. Há, também, uma função a parte, chamada *Super Like* que avisa ao pretendente o interesse do usuário. Nessa modalidade, só há um *Super Like* disponível por dia. O *like* tem como consequência o *match* que, em tradução literal, significa combinação, e proporciona ao usuário conversar com o proprietário do perfil escolhido. O *match* só funciona caso o *like* seja mútuo (TINDER, 2019).

No Brasil, atualmente, estima-se que haja mais de um dispositivo digital ativo por habitante. Tratando-se de smartphones, são 230 milhões de aparelhos ativos. (MEIRELES, 2018). A popularização da Internet e de

aplicativos contidos nestes aparelhos e a facilidade de acessá-los justifica o número de usuários do *Tinder*. Analisando o funcionamento básico do aplicativo, é possível notar os reforçadores e as consequências do comportamento arbitrário de utilização do *app*.

Possivelmente, grande parte dessa aderência se deve ao *custo de resposta* presente na facilidade e comodidade ao acesso a um ambiente interativo que otimiza a aquisição de reforçadores naturais, como aprovação social, romântica e sexual. (SOUZA, 2016) *Reforçadores naturais* são as consequências reforçadoras que estabelecem relação de controle com uma ampla *classe de respostas* (SKINNER, 1953/2003). Estando essa classe de reforçadores associados às consequências do comportamento arbitrário de utilização do *app*, dá-se início um processo de pareamento que consolida o comportamento de uso no repertório de comportamental para os fins propostos pelo *app*. O número de opções é contínuo e, teoricamente, quanto mais matches o usuário realizar, maior será a probabilidade de sucesso em termos de aprovação social (CARRERA, 2017).

O custo de resposta é uma das variáveis das quais o comportamento é função, sendo que quanto maior o esforço necessário para se emitir um comportamento (custo), menor a probabilidade deste se repetir (WEINER, 1962). Dessa forma, acredita-se que a facilidade e impessoalidade reduz o custo do comportamento de utilização do *app*, em detrimento a encontros reais.

O *Tinder*, assim como outras redes sociais, utiliza como ferramenta de persuasão um sistema de condicionamento baseado em reforçadores positivos para modificar o comportamento de seus usuários (DA SILVEIRA, NOBRE & CARDOSO, 2014) e oferecer como recompensa um maior número de combinações para futuros encontros e possíveis relacionamentos (DUTRA, 2015). O *match*, neste caso, é a principal recompensa, pois pode potencializar a autoestima e aceitação social do usuário (OROSZ, 2018).

Paralelamente a isso, usuários de planos pré-pagos respondem a modelos contingenciais específicos, entre esses efeitos está o *sunk cost*, definido como a tendência de persistir em um determinado curso de ação, uma vez que tenha sido feito investimento de tempo, dinheiro ou esforço (ARKES & BLUMER, 1985). Esse efeito se caracteriza pelo controle operativo apriorístico, isto é, o pagamento antecipado do plano detém potencial controle sobre os

comportamentos operante e adjuntivo de uso em relação à magnitude de resposta de uso independente da consequência (reforçadora ou aversiva) (CARREIRO, 2007).

Compreender os mecanismos de controle presentes no *Tinder* pode ser importante, tanto para o desenvolvimento de contracontroles entre os usuários quanto para o planejamento de desenvolvedores de *apps* com propostas interativas. Estudos dessa natureza são importantes por se tratar de um tema atual, pois ainda são poucos os estudos que olham para os aplicativos de relacionamento sob o viés da Análise do Comportamento (AC). Desse modo, o presente trabalho se propõe a analisar os processos de controle e modificação de comportamento, no que se refere ao funcionamento do *Tinder*, por meio de uma revisão narrativa da literatura.

MÉTODO

O trabalho desenvolvido se trata de uma revisão bibliográfica narrativa que, de acordo com Gil (2008), é feita a partir de estudos já elaborados, descritos em livros e artigos científicos. A pesquisa foi realizada principalmente nas bases de dados digitais como *Scielo*, *Google Scholar*, *PubMed*.

Foram pesquisados artigos escritos em português e inglês. Foi feita uma leitura seletiva dos artigos que surgiram como resultado da inserção das seguintes palavras-chave nos mecanismos de pesquisa supracitados: “*Tinder*”, “*Análise do Comportamento*”; “*Custo da resposta*”; “*Custo de Resposta*”; “*Investimento Perdido*”; “*Behavioral Analysis*”; “*Response Cost*” e “*Sunk Cost*”. Após a seleção desses estudos, foi feita uma análise dos principais conceitos e seus argumentos de explicação para a avaliação e defesa da relação entre eles visando responder à pergunta inicial de pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Não foram encontrados estudos que fornecessem informações suficientemente relevantes na busca pelos mecanismos de funcionamento do *Tinder* pelo viés da AC. Porém, com os resultados obtidos, foi possível ser feita uma discussão preliminar acerca do tema.

De acordo com Souza (2016), as principais vantagens listadas pelos usuários do *Tinder* são a praticidade com que se conhece novas pessoas, a facilidade de conversar com outros usuários, com uma menor exposição ao fracasso, e o número de possibilidades apresentadas no mesmo momento. Os entrevistados percebem o aplicativo como um facilitador de interações sociais, o que gera prazer e estimula as pessoas a interagirem mais no *app* (SOUZA, 2016).

Estes dados vão ao encontro do entendimento de Silva (2016) de que o *Tinder* facilita o encontro físico por meio de seu ambiente virtual, pois proporciona ao usuário liberdade de conhecer pessoas que estão ao seu redor. Rocha Santos (2018) que se propôs a estudar se a população da cidade de Oslo na Noruega enxergava o aplicativo como um jogo, atribuiu aos mecanismos de funcionamento do *Tinder*, com base no feedback automático (*match*), um dos principais fatores que mantém o usuário ativo no *app*.

Soares et al. (2017) analisando os experimentos de Alling & Poling, (1995) e Capehart et al. (1958) com ratos, Chung (1965) com pombos e Miller (1968) com humanos, na busca por entender as formas de estudo do conceito do custo de resposta, concluiu que a mudança de uma situação de maior esforço para uma situação de menor esforço aumenta a probabilidade de ocorrência do comportamento que produziu tal mudança.

Aplicando a ideia de que um aplicativo de relacionamento funcione como uma ferramenta que facilita encontros do mundo real para o virtual ao conceito de custo de resposta proposto inicialmente, percebe-se que a hipótese de que a magnitude do esforço emitido pelo usuário tem impacto na frequência do uso se confirma. Os usuários percebem o *Tinder* como um facilitador das relações, logo utilizam o *app* para se relacionar mais livremente e fazem uso mais frequentemente (SILVA, 2016). O *Tinder* fornece as mesmas interações

do mundo real, com uma boate ou um bar, porém de forma mais prática (SOUZA, 2016).

Já os usuários dos planos pagos *Tinder Plus* e *Tinder Gold* podem, ainda, sofrer a influência do efeito *sunk cost* na decisão de permanência de uso do *app*. Estudos realizados com alunos de cursos de exatas buscando a compreensão da influência do efeito *sunk cost* na tomada de decisão mostram resultados de importante relevância para este estudo (DE SOUZA, SILVA & DOMINGOS, 2008; SEGANTINI et al., 2011).

De Souza, Silva e Domingos (2008) realizaram um estudo em sala de aula com alunos de cursos de ciências exatas aplicando questionários contendo situações problema para medir o conhecimento acerca do custo perdido. Em um dos questionários o problema apresentava o valor do investimento e, no outro, não eram informados valores. Concluiu-se que na situação em que o valor era mencionado, os estudantes tendiam a permanecer no curso de ação, confirmando o *sunk cost*.

Na mesma linha, a pesquisa de Segantini et al. (2011) com gestores de empresas de construção civil apresentou resultados semelhantes. Um questionário com questões contendo problemas financeiros característicos da área de construção civil e questões de caráter pessoal foi entregue aos participantes. Apresentaram-se situações com valores de investimento inicial de 1, 5, 9 milhões de reais e uma situação sem custo. O resultado apontou que o valor do custo pode ter influência do efeito *sunk cost*, já que ao diminuir o valor, a decisão de continuar com o investimento no projeto também diminuía.

Ambos estudos citados demonstram que o investimento financeiro tem impacto na persistência do curso de ação inicial. Desse modo, usuários que optam por adquirir os planos exclusivos do *Tinder*, possivelmente permanecem ativos no aplicativo pois não querem perder o investimento feito. Pode-se também atribuir o tempo gasto na elaboração do perfil, escolha dos likes e tempo gasto no uso do *app* como investimento que justifique o efeito *sunk cost* nos usuários.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora tenha-se obtido um número significativo de retorno ao pesquisar a palavra *Tinder*, dentre estes resultados poucos se propuseram a analisar o funcionamento do *app* em si. Grande parte das pesquisas davam conta de fatores particulares do indivíduo usuário e trabalhavam com abordagens distintas à Análise do Comportamento. Contudo, apesar de não terem sido encontrados estudos que associem diretamente o uso do *Tinder* e a Análise do Comportamento, pode-se hipotetizar que existem mecanismos comportamentais que modelam o padrão de uso. O estudo da natureza desse contingenciamento é pertinente, uma vez que cada vez mais a vida social cotidiana se vale de interfaces computacionais e algoritmos baseados em modelos comportamentais. Ademais, a vida social e amorosa pode ser considerada também índice de qualidade de vida e de saúde. Contudo, estudos testando tais hipóteses são necessários e recomendados para a aquisição de maior conhecimento sobre esse tema.

REFERÊNCIAS

ARKES, H. R.; BLUMER, C. The psychology of sunk cost. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 35, n. 1, 1985.

CARREIRO, P. L. Os efeitos da probabilidade de reforçamento e do custo da resposta sobre a persistência comportamental. **Mestrado, Universidade de Brasília, UNB**, 2007.

CARRERA, F. et al. Social evaluation at the finger point: self-presentation and impression management on Tinder. **TEKNOKULTURA: REVISTA DE CULTURA DIGITAL Y MOVIMIENTOS SOCIALES**, v. 14, n. 2, 2017.

DA SILVEIRA, P. H. B. R.; NOBRE, C. N.; CARDOSO, A M. P. A influência das estratégias persuasivas no comportamento dos usuários no Facebook. In: **Proceedings of the 13th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. Sociedade Brasileira de Computação, 2014.

DUTRA, F. A. **O uso do smartphone como subjetivação e controle**. 2015. 15 f. Monografia (Especialização) - Curso de Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Ciências Sociais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

MEIRELLES, F. S. 29º Pesquisa Anual do Uso de TI. **Fundação Getúlio Vargas**. 2018.

NOGUEIRA, M. F. M.; SILVA, T. T. N.; DA SILVA, R. M. Onde está meu Crush? Interação via mídias locativas e cibersexualidade feminina no Happn. **Panorama**, v. 7, n. 1, 2017.

OROSZ, G. et al. The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. **Journal of behavioral addictions**, v. 7, n. 2, 2018.

SANTOS, P. C. R. **Gamification of love: a case study of Tinder in Oslo**. 2018. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Nordic Media Program, University Of Oslo, Oslo, 2018.

SEGANTINI, G. T.; VIEIRA, E. R. F. C.; SILVA, C. A. T.; ARAUJO, A. O. Efeito sunk cost: avaliação da influência do custo perdido no processo de tomada de decisão dos gestores das empresas de construção civil. In: V CONGRESSO ANPCONT. Vitória, 2011.

SKINNER, B. F. **Ciência e comportamento humano**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SILVA, L. C. R. ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO APLICATIVO TINDER E AS FORMAS DE SOCIABILIDADE ATRELADAS AO SEU USO. 2016. 54 f. - **Curso de Sociologia, Universidade Federal Fluminense**, Niterói, 2016.

SOARES, P. G. et al. Custo da resposta: Como tem sido definido e estudado? **Perspectivas em análise do comportamento**, v. 8, n. 2, 2017.

SOUZA, A. L. F. Mas, afinal, o que é o Tinder? Um estudo sobre a percepção que os usuários têm do aplicativo. **Verso e Reverso**, v. 30, n. 75, 2016.

SOUZA, F. A.; SILVA, C. A. T.; DOMINGOS, N. T. Efeito do custo perdido: a influência do custo perdido na decisão de investimento. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, 2008.

TAGIAROLI, G. **Brasil tem 10 milhões de usuários no Tinder**, 2014.

TINDER. 2018. Match. Chat. Meet. Modern Dating. **Tinder**.

WEINER, H. Some effects of response cost upon human operant behavior. **Journal of the experimental analysis of behavior**, v. 5, n. 2, 1962.