



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2018: SIC - XXX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2018
<b>Local</b>	Campus do Vale - UFRGS
<b>Título</b>	Amor Líquido e o Uso de Aplicativos de Relacionamento: Análise da Campanha Publicitária do Tinder na Visão Baumaniana <sup>1</sup>
<b>Autor</b>	BRUNA FONTOURA WERTONGE
<b>Orientador</b>	CATIA SCHUH WEIZENMANN

# **Amor Líquido e o Uso de Aplicativos de Relacionamento: Análise da Campanha Publicitária do Tinder na Visão Baumaniana<sup>1</sup>**

**Bruna Fontoura Wertonge<sup>1</sup>**

**Resumo:** A sociedade moderna vive mudanças constantes na forma de se relacionar. Em contrapartida existem novos recursos na tecnologia que auxiliam a atual realidade. Dessa forma percebe-se que as relações afetivas também passaram por um processo de transformação. O uso de aplicativos de relacionamento cada vez é maior e eles servem como agentes facilitadores na hora de encontrar parceiros. Perante a esse comportamento o presente artigo tem como objetivo associar o conceito proposto por Bauman (2004), que visa compreender a esfera afetiva e suas mudanças na sociedade. Para esclarecer o tema, foi utilizado como objeto de estudo a publicidade do Tinder, por meio do comercial #SwipeRight | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados.

**Palavras-chave:** relacionamentos, campanha publicitária, Tinder, amor líquido, Bauman.

---

<sup>1</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul. E-mail: [bwertonge@gmail.com](mailto:bwertonge@gmail.com) Orientador: Cátia Schuh Weizenmann.