

Artigo de investigação

## Deu match! Escala de atitudes frente ao Tinder: validade e precisão

*I's a match! Attitude scale towards Tinder: validity and reliability*

*El match! Escala de actitudes hacia Tinder: validez y precisión*

Suiane Magalhães Tavares <sup>3</sup> ✉ [ORCID](#), Tamyres Tomaz Paiva <sup>1</sup> ✉ [ORCID](#), Cícero Roberto Pereira <sup>2-3</sup> ✉ [ORCID](#), Carlos Eduardo Pimentel <sup>3</sup> ✉ [ORCID](#), Luíza Armanda Pinto dos Santos <sup>3</sup> ✉ [ORCID](#)

<sup>1</sup> Faculdade Nova Esperança (FACENE/FAMENE), Brasil.

<sup>2</sup> Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal.

<sup>3</sup> Universidade Federal da Paraíba. Brasil.

### Fecha correspondencia:

Recebido: outubro 18 de 2021.

Aceito: julho 14 de 2022.

### Forma de citar:

Tavares, S.M., Paiva, T.T., Pereira, C.R., Pimentel, C.E., & Pintos dos Santos, L. A. (2023). Deu match! Escala de atitudes frente ao Tinder: validade e precisão. *Rev. CES Psico*, 16(1), 180-192.  
<https://dx.doi.org/10.21615/cesp.6448>

[Open access](#)

[© Derecho de autor](#)

[Licencia creative commons](#)

[Ética de publicaciones](#)

[Revisión por pares](#)

[Gestión por Open Journal System](#)

DOI: 10.21615/cesp.6448

ISSNe: 2011-3080

[Publica con nosotros](#)

## Resumo

Os aplicativos de relacionamentos são usados como meio de facilitar a interação entre pessoas que querem se conhecer para estabelecerem encontros amorosos e sexuais. Neste estudo objetivamos desenvolver e validar uma nova escala de medida de Atitudes Frente ao Tinder (EAFT). Para isso foram realizados dois estudos. No Estudo 1 (N= 260), verificamos a estrutura fatorial da Escala e a distribuição dos itens usando a Teoria de Resposta ao Item (TRI). Os resultados revelaram uma escala breve e precisa (Cronbach de 0,95), demonstrando que os itens saturam num único fator, contribuindo de forma significativa na formação do traço latente. No Estudo 2 (N= 265), buscamos confirmar a estrutura unidimensional da medida usando Análise Fatorial Confirmatória. Os resultados demonstraram bons índices de ajuste ao modelo ( $\chi^2/g.l. = 1,46$ ); CFI = 1,000; TLI = 1,002; RMSEA = 0,000 (0,00 – 0,11); ratificando a estrutura unifatorial encontrada no Estudo 1. Em síntese, os resultados dos dois estudos indicam que a EAFT apresentou bons parâmetros psicométricos, tornando esta medida adequada e confiável para medir as atitudes frente ao Tinder.

**Palavras-chave:** Escala de Atitudes frente ao Tinder (EAFT);

Tinder; atitudes; validação; aplicativo de namoro; sites de redes sociais; aplicativo de rede.

## Abstract

Dating applications are used as a means to facilitate interaction between people who want to meet and establish romantic and sexual encounters. In this study, we aim to develop and validate a new scale to measure attitudes towards Tinder (EAFT). For this, two studies were carried out. In Study 1 (N= 260), we verified the factor structure of the scale and the distribution of items using the Item Response Theory (TRI). The results revealed a brief and precise scale (Cronbach of 0.95), demonstrating that the items saturate a single factor, contributing significantly to the formation of the latent trait. In Study 2 (N=265), we attempted to confirm the one-dimensional structure of the measure using Confirmatory Factor Analysis. The results showed good fit rates to the model ( $\chi^2/df = 1.46$ ); CFI = 1,000; TLI = 1,002; RMSEA = 0.000 (0.00 - 0.11); confirming the unifactorial structure found in Study 1. In summary, the results of the two studies indicate that the EAFT shows consistent psychometric parameters, which makes it suitable and reliable for measuring attitudes towards Tinder.

**Keywords:** Scale of Attitudes towards or Tinder (EAFT); Tinder; atitudes; validation; dating application; social network sites; networking app.

## Resumen

Las aplicaciones de citas se utilizan como un medio para facilitar la interacción entre personas que quieren conocerse y establecer encuentros amorosos y sexuales. En este estudio pretendemos desarrollar y validar una nueva escala para medir las Actitudes hacia Tinder (EAFT). Para ello se realizaron dos estudios. En el Estudio 1 (N=260), verificamos la estructura factorial de la Escala y la distribución de ítems utilizando la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI). Los resultados revelaron una escala breve y precisa (Cronbach de 0,95), demostrando que los ítems saturan un solo factor, contribuyendo significativamente a la formación del rasgo latente. En el Estudio 2 (N=265), buscamos confirmar la estructura unidimensional de la medida utilizando el análisis factorial confirmatorio. Los resultados mostraron buenos índices de ajuste al modelo ( $\chi^2/gl = 1,46$ ); CFI = 1,000; TLI = 1,002; RMSEA = 0,000 (0,00 - 0,11); confirmando la estructura unifactorial encontrada en el Estudio 1. En resumen, los resultados de los dos estudios indican que la EAFT presenta buenos parámetros psicométricos, lo que la hace adecuada y confiable para medir las actitudes hacia Tinder.

**Palabras clave:** Escala de Actitudes frente a Tinder (EAFT); Tinder; actitudes; validación; aplicación de citas; sitios de redes sociales; aplicación de red.

## Introdução

O uso de dispositivos digitais se tornou um meio essencial na vida de quem deseja se comunicar cotidianamente ou mesmo desenvolver atividades e, inclusive, relacionar-se com outras

peçoas. A frequência do uso das redes sociais é um fenômeno mundialmente associado ao avanço de novas tecnologias. Essas tecnologias permitem filmar, fotografar, trabalhar, fazer transações bancárias, digitar documentos, isto é, permitem uma infinidade de benefícios aos que as adquirem. Contudo, seu uso vem sendo associado ao aumento das conexões virtuais, que promovem interações intelectuais, amorosas e sexuais, dentre outras (Anzani et al., 2018; Boyd & Ellison, 2007). Nosso estudo se baseia em aplicativos que promovem a interação de pessoas com a finalidade amorosa, dado que pesquisas (Bargh & McKenna, 2004; Sumter et al. 2017) sugerem que esses domínios facilitam a formação de novos relacionamentos em um ambiente considerado seguro.

Sites como *Facebook*, *LinkedIn*, *Instagram*, *Tinder*, *Paquera*, *MSN da Microsoft* e *Bate-papo da Uol*, entre outros, permitem aos usuários conhecer pessoas em um mundo virtual. De fato, o número de pessoas que aderem a esses aplicativos vinculados à sites de paquera têm aumentado nesses últimos anos, e essa tendência tende a aumentar ao longo do tempo (March et al. 2017; Sevi et al. 2018). De acordo com *Happn Brasil*, aplicativo concorrente do *Tinder*, todo mês 1.5 milhão de novos usuários se inscrevem na plataforma (Happn, 2020). Por sua vez, o *Tinder* continua sendo o aplicativo mais popular de encontros e relacionamentos, utilizado por pessoas que buscam algum parceiro/a para trocas amorosas. Os usuários do aplicativo dão o famoso “*Match*” em outros usuários de sexo oposto ou não, o que significa que uma pessoa curtiu e aprovou a foto de outra, possibilitando que pessoas desconhecidas se encontrem ou mesmo se correspondam trocando mensagens um com o outro.

O rápido crescimento e a popularidade dessas redes, o que, não ocasionalmente, nos levou a investigar a maneira pela qual as pessoas sentem, pensam e se comportam perante elas. Essas novas formas de conexão ou socialização com o outro introduziram uma mudança cultural na maneira como as pessoas encontram e conhecem muitos parceiros em potencial (Anzani et al. 2018; Hahn et al. 2018). Conforme March et al. (2017), os aplicativos fornecem um método novo de estabelecer relacionamentos interpessoais e online, surgindo caminhos para pesquisa sobre relacionamentos.

Para a psicologia da mídia é imprescindível o estudo de aplicativos de relacionamento, de modo a investigar as motivações psicológicas por trás das escolhas desses parceiros. Vários estudos têm buscado compreender o papel dessas redes sociais e sua relação com outras variáveis, como por exemplo: sintomas de depressão (Radovic et al. 2017); comportamentos sexuais de risco (Merrill & Liang, 2019); uso problemático de aplicativos de namoro (Orosz et al. 2016). Outros estudos mostraram a motivação em querer conhecer pessoas pelo uso desses aplicativos de paquera (Van De Wiele & Tong, 2014). O estudo de Sumter et al. (2017), por exemplo, mostrou que a frequência do uso do *Tinder* estava positivamente relacionada às motivações de amor, sexo casual, validação de autovalor e motivação de emoção e excitação. Um estudo mais recente de Alexopoulos et al. (2020) mostrou a relação entre a intenção de usar aplicativos de namoro e a intenção de cometer infidelidade. Os aplicativos de paquera

ultrapassam a sua função de conexão de pessoas, sendo, portanto, multifuncionais (Sumter et al. 2017).

### **Atitudes Frente aos Aplicativos de Paquera**

Investigar as avaliações das pessoas é estudar suas atitudes (Fleck, 2015). Perante essa nova cultura de socialização ou de se relacionar do indivíduo, por seus grupos sociais ou das culturas no mundo, cabe também a área da psicologia social compreender a expressão dos componentes atitudinais das pessoas frente às mídias digitais, por meio dos aplicativos de paquera, como o Tinder. Essas novas modalidades de se comunicar levam a criação de novos fenômenos, os quais, por seu turno, aguçam o interesse científico (Rodríguez-Castro et al. 2017).

Trabalhos mais recentes na literatura abordam as atitudes de maneira que integra contextos fundamentais, tais como, a pessoa como um todo, o contexto social, o qual inclui as mídias sociais e redes sociais e o contexto mais amplo, especificamente, o contexto sócio-histórico (para uma revisão, ver Fleck, 2015). A posição que assumimos frente aos objetos sociais, a forma como as pessoas sentem, pensam e reagem em relação aos objetos são nomeadamente definidos como atitudes (Neiva & Torres, 2011). Portanto, esse construto vai exercer uma influência sobre o comportamento e a nossa maneira de ver o mundo (Neiva & Torres, 2011). Em outras palavras, o conhecimento das pessoas sobre os objetos sociais ou mesmo os eventos da vida cotidiana permitem-nos saber como elas sentem-se, comportam-se e reagem quando são confrontadas na presença desses objetos.

Nessa mesma linha, Oskamp e Schultz (2005) explicam que as atitudes serão formadas a partir dos estímulos e processos cognitivos, afetivos e comportamentais e que, por sua vez, gerarão respostas ligadas a esses três componentes. Conforme salientado por Allport (1966), os objetos sociais podem ser analisados a partir desse construto. Nomeadamente no presente estudo, investigaremos as atitudes das pessoas frente aos aplicativos de paquera, dito de outra forma, iremos investigar a tendência de as pessoas reagirem positiva ou negativamente frente ao aplicativo Tinder.

Algumas medidas já foram desenvolvidas para mensurar as atitudes das pessoas em relação à sites de rede social, utilizando os itens globais (Crites et al. 1994), a seguir, abordaremos algumas das usadas no Brasil: Escala de atitude frente ao Orkut composta por quatro itens e alfa 0,81 (Ferreira et al. 2008); Escala das atitudes frente ao Facebook (Pimentel et al. 2016) composta por quatro itens e alfa 0,88. Destaca-se que essas duas medidas diferem apenas em relação a troca do nome *Orkut* por *Facebook*. Além disso, essas medidas se referem a sites de relacionamentos de pessoas que já fazem parte de uma rede de usuários e não especificamente à aplicativos de paquera.

Neste sentido, o objetivo do presente estudo é desenvolver e validar a escala de atitudes frente ao Tinder (EAFT) em uma amostra estudantes universitários. Para isso, realizamos dois estudos. No primeiro, buscamos elaborar os itens e conhecer a estrutura fatorial da Escala por meio da Análise dos Componentes Principais (ACP) e, por meio da Teoria de Resposta ao Item, analisar os parâmetros de discriminação e dificuldade dos itens. No segundo estudo, confirmamos a estrutura fatorial da Escala por meio da Análise Fatorial Confirmatória (AFC). Além disso, esta escala oferece vantagens por ter um número mínimo de itens, o que possibilita evitar a fadiga dos participantes ao responderem aos itens. Também, oferece uma maior especificação, uma vez que o Tinder é um aplicativo mais voltado para relacionamentos. Esse último é necessário, pois, a todo tempo novas tecnologias surgem, assim como as mudanças em sites de relacionamentos, no caso das escalas frente ao *Orkut*, aplicativo já encerrado, e *Facebook*, que cada dia busca se adaptar para conquistar novos usuários, tal como fez com a criação do *Facebook Dating*.

## **Estudo 1: Estrutura Fatorial da Escala de Atitudes Frente ao Tinder**

Este estudo teve como objetivo desenvolver os itens e validar a Escala de Atitudes Frente ao Tinder, reunindo evidências de sua validade e consistência interna. Para tanto, procedemos com a Análise dos Componentes Principais a fim de explorar sua estrutura, avaliando também a sua consistência interna.

## **Método**

### **Participantes**

Participaram deste estudo 260 estudantes universitários, dos quais 49,2% residem na cidade de João Pessoa (Paraíba); com idade média de 24, 2 anos ( $EP = ,33$ ), 70% são mulheres, 82,1% solteiras (os). Desses participantes, 72,9% são provenientes de instituições de ensino superior públicas; 28% cursam psicologia e se autodeclararam de classe média (55,7%).

### **Instrumentos**

*Escala de Atitudes Frente ao Tinder (EAFT)*. Esta escala é uma adaptação da Escala de atitudes frente ao Orkut desenvolvida e validada por Ferreira et al. (2008) e da Escala de atitudes frente ao Facebook adaptada e validada por Pimentel et al. (2016). Os itens são pares de adjetivos baseados nas duas versões (e.g., negativo/positivo, desagradável/agradável, ruim/bom e indesejável/desejável). As respostas são dadas em uma escala tipo diferencial semântico de nove pontos, quanto mais próximo do 1 mais negativo, desagradável, ruim, indesejável mais desfavoráveis serão o uso de aplicativos de paquera; e quanto mais próximo do 9 mais positivo, agradável, bom e desejável, mais favoráveis serão o uso de aplicativos de paquera. Os participantes responderam, também, questões sociodemográficas: idade, sexo, classe social, curso de graduação, tipo de instituição onde cursa a graduação e estado em que reside.

## Procedimentos

A coleta se deu por meio de *survey* online divulgados em redes sociais (e.g., *facebook*, *e-mails*, *instagram*), em estudantes de graduação, com critério de inclusão de terem 18 anos ou mais. A pesquisa só iniciou após a anuência dos participantes e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), em que constava o propósito do presente estudo e a concordância dos participantes.

A presente pesquisa seguiu a Declaração Universal de Princípios Éticos para Psicólogos (International Association of Applied Psychology [IAAP] & International Union of Psychological Science [IUPsyS], 2008) e cumpriu os princípios éticos de pesquisa postulados pela APA. Além disso, foram consideradas a Resolução 510/16 do Conselho Nacional em Saúde, garantindo aos participantes o sigilo e confidencialidade das informações individuais, bem como o comprometimento de que a pesquisa não ofereça nenhum risco a saúde, a integridade biopsíquica, moral e espiritual. A supervisão desta pesquisa é realizada pelo Comitê de Ética a partir do parecer (CAEE: 56339616.1.0000.5188).

## Análise dos dados

Os dados foram analisados por meio do software *Factor* (versão, 10.10; Lorezo-Seva & Ferrando, 2020). Calculamos estatísticas descritivas para caracterização da amostra (frequência, médias e desvios padrão). Foram realizadas a análise dos componentes principais (ACP) e alfa de Cronbach. Também realizamos por meio do *Factor* (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2013) a discriminação e a dificuldade dos itens por meio do Modelo de Resposta Gradual de Samejina (Samejina, 1969). E um teste *t* para amostras independentes, com a finalidade de verificar se existem diferenças nos componentes da Escala de Atitudes Frente ao Tinder, quanto aos gêneros feminino e masculino.

## Resultados

Foi realizada uma Análise dos Componentes Principais (ACP) da EAFT, usando os quatro itens da Escala. Porém, foi verificado se a matriz de correlação entre os itens é passível de fatoração (Boatering, et al. 2018). Extraímos os índices de Kaiser-Meyer-Olkin ( $KMO = 0,863$ ) e do teste de Esfericidade de Bartlett [ $\chi^2(6) = 1094,7; p < 0,001$ , que se mostraram estatisticamente significativos. Conforme a Tabela 1, a presente Escala demonstrou apenas um único componente, com valor próprio de 3,49, explicando 87,4% do fator geral, i.e.,  $< 1$ , indicam uma ampla percentagem de variância explicada por apenas um componente (Tinsley & Tinsley, 1987). Além disso, verificamos por meio da análise paralela que o valor próprio do critério de Kaiser é maior apenas no primeiro fator, comparado ao critério de Horn (1965), ou seja, existe apenas um único fator que é maior que os autovalores aleatórios correspondentes. Os itens saturaram no componente principal com cargas acima de 0,50, considerados aceitáveis para a literatura (Tinsley & Tinsley, 1987). A presente Escala também apresentou índices de precisão alfa de Cronbach de 0,95.

**Tabela 1.** Estrutura fatorial da escala de atitudes frente ao Tinder.

Itens	Atitudes frente ao Tinder	$h^2$
Negativo - Positivo	0,92	0,85
Desagradável - Agradável	0,94	0,88
Ruim - Bom	0,95	0,91
Indesejável - Desejável	0,91	0,84
% variância explicada	87,4	
Valores próprios	3,50	
Alfa de Cronbach	0,95	

### Teoria de Resposta ao Item

A fim de verificar a relação entre a capacidade do participante endossar determinada categoria e a dificuldade do item, analisamos o quanto cada item contribui na formação do traço latente usando Teoria de resposta ao item (Lord, 1980). Utilizamos o Modelo GRM e o do princípio da unidimensionalidade como demonstrada pela unifatorial da Escala, os itens foram avaliados, segundo suas estimativas de padrões de respostas individuais (e.g., discriminação e dificuldade). Todos os itens apresentaram discriminação e acima de 1,70 (Baker, 2001). Esses itens diferenciam os participantes de acordo com seu padrão de respostas e reduzem a possibilidade dos erros de medição. No que se refere à dificuldade, nas categorias de respostas, exceto na categoria 5, que se refere ao ponto neutro da Escala, os participantes endossaram pouco a categoria, o que mostra que os participantes em um momento opinaram favoravelmente ao Tinder, em outro, opinaram desfavoravelmente. O item 4 também se apresentou com baixa dificuldade na categoria 4 (discordo pouco), indicando que as pessoas endossaram pouco a categoria. Conforme [Tabela 2](#).

**Tabela 2.** Estimação dos parâmetros usando modelo da teoria de resposta ao ítem.

Itens	$a$	$b1$	$b2$	$b3$	$b4$	$b5$	$b6$	$b7$	$b8$	$b9$
AT 1	2,213	2,928	0,814	0,657	0,454	0,095	0,619	0,945	1,299	1,851
AT 2	2,775	5,000	1,073	0,872	0,507	0,112	0,612	0,886	1,322	1,752
AT 3	4,302	4,880	1,020	0,762	0,500	0,208	0,457	0,828	1,298	1,774
AT 4	1,982	5,000	0,776	0,534	0,270	0,086	0,735	1,078	1,517	2,039

**Nota:** AT: Atitudes frente ao Tinder.

### Diferenciação quanto aos sexos

Realizamos um teste t para amostras independentes, verificando que existe diferenças de médias entre homens e mulheres. Os resultados demonstraram que existe diferença quanto às atitudes frente ao Tinder [ $t(260) = 2,44$ ;  $p = 0,01$ ]. Os homens demonstraram ser mais favoráveis ( $M = 4,87$ ;  $EP = 0,25$ ) do que as mulheres ( $M = 4,15$ ;  $EP = 0,15$ ) em relação ao aplicativo.



## Discussão

Os resultados do Estudo 1 mostram evidência empírica inicial de validade fatorial e consistência interna da EAFT. A Escala apresentou bons parâmetros de indicadores de validade fatorial, com cargas maiores que 0,50 (Boateng et al. 2018; Tinsley & Tinsley, 1987), formando um único fator com consistência interna maior que 0,70 (Kline, 2013). Além disso, análise da calibração dos itens, por meio da Teoria de Resposta ao Item permitiu verificar o quanto cada par de adjetivos com nove categorias de respostas (TRI; Lord, 1980) contribuiu na formação do traço latente, isto é, na formação do construto da atitude frente ao Tinder. Neste sentido, essa análise apresentou boa capacidade de discriminação (a) do item, bem como níveis de categorias de resposta em termos de dificuldade (b) variado. apesar da EAFT possuir o ponto neutro na sua escala de respostas, os participantes não endossaram (Baker, 2001).

## Estudo 2: Análise Confirmatória da EAFT

O objetivo deste estudo foi confirmar a validade fatorial da EAFT. Testamos a hipótese de que os itens representam bem o modelo unidimensional. Para testar esta hipótese, aplicamos uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC).

## Método

### Participantes

Participaram deste estudo 265 estudantes universitários com idade média de 25,2 anos ( $EP = ,41$ ), dos quais 58% residem no Estado da Paraíba; 66% são mulheres; 89,4% são autodeclaradas(os) solteiras (os). Desses participantes, 83% são provenientes de instituições de ensino superior públicas; 23% cursam psicologia e se autodeclararam de classe média-baixa (42%).

### Instrumentos

*Escala de Atitudes Frente ao Tinder (EAFT)*. Os participantes responderam a mesma Escala utilizada no Estudo 1. Responderam também as questões sociodemográficas do tipo idade, sexo, classe social, curso de graduação, tipo de instituição onde cursa a graduação e estado em que reside.

### Procedimentos

Mesmo procedimento do Estudo 1.

### Análise de dados

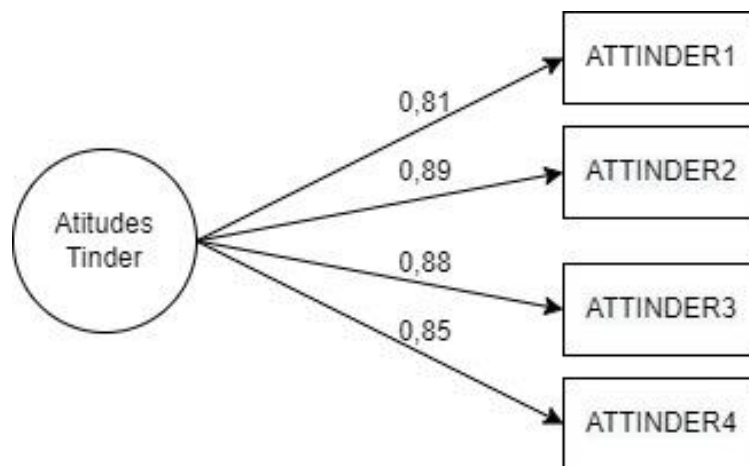
Para realizar a análise fatorial confirmatória utilizamos o Mplus 6 (Muthén & Muthén, 2010), os parâmetros foram estimados a partir do ML (*Maximum Likelihood*) e dos seguintes índices de ajuste do modelo:  $\chi^2/gf$  (*Chi-Square /degrees of freedom*), CFI (*Comparative Fit Index*), RMSEA (*Root-Mean-Square Error of Approximation*) SRMR (*Standardized Root Mean Square*



*Residual*) e TLI (Tucker Lewis Index) (Hair et al., 2006). Utilizamos os seguintes critérios:  $\chi^2/\text{gl} < 5$ ; RMSEA  $< 0,08$ ; CFI  $> 0,95$ ; TLI  $> 0,90$ ; SRMR  $< 0,10$  (Byrne, 2010). Finalmente, analisamos a consistência interna da estrutura da Escala de atitudes frente ao Tinder, estimamos o alfa de Cronbach e o  $\omega$  de McDonald (McDonald, 1999).

## Resultados

Os resultados da AFC mostram que o modelo unifatorial possui ajustes excelentes:  $\chi^2/\text{gl} = 1,46$ ;  $p = 0,48$ ; CFI = 1,000; TLI = 1,002; RMSEA = 0,000 (0,00 – 0,11); SRMR = 0,005. O *fit* do modelo apresenta índices adequados, especificamente o SRMR, o qual o valor muito baixo demonstra que o modelo apresenta poucos resíduos (Hu & Bentler, 1999). Em suma, podemos afirmar que o modelo é significativamente adequado. Os parâmetros estimados pelo modelo unifatorial são apresentados na [Figura 1](#). Os coeficientes das cargas fatoriais são estatisticamente diferentes de zero e variam de 0,81 a 0,89, indicando que a EAFT possui uma boa estrutura fatorial.



**Nota:** Todos os lambdas são significativos.

**Figura 1.** Estrutura do Modelo unifatorial da EAFT.

Quanto a análise de consistência interna, os valores do alfa de Cronbach  $\alpha = 0,95$  e  $0,92$  ( $\omega$  de McDonald), demonstram que a medida se apresenta fidedigna para a mensuração de atitudes frente ao Tinder.

## Diferenciação quanto aos sexos

Usando um teste *t* para amostras independentes, verificando que existe diferenças de médias entre homens e mulheres. Os resultados demonstram neste estudo que não houve diferença quanto às atitudes frente ao Tinder [ $t(263) = 0,59$ ;  $p = 0,52$ ]. Tanto os homens ( $M = 4,23$ ;  $EP = 0,17$ ) quanto às mulheres ( $M = 4,14$ ;  $EP = 0,12$ ) mostraram não diferenciar quanto as suas atitudes desfavoráveis frente ao aplicativo Tinder.

## Discussão

Os resultados dão suporte para evidência de validade fatorial confirmatória e fiabilidade da EAFT. Como a Escala contém apenas quatro itens, não testamos outras estruturas fatoriais, mas isso não deixa nossa Escala menos criteriosa. Primeiro porque apresentamos um arcabouço estatístico confiável para se verificar nossa hipótese. E segundo, os resultados comprovaram que os pares de adjetivos são suficientes para coletar a favorabilidade dos participantes. Além disso, este estudo demonstrou que as cargas fatoriais estão em consonância ao Estudo 1, o que demonstra que esses itens possuem uma boa contribuição na variação do traço latente (Boateng et al. 2018).

## Discussão Geral

A presente pesquisa visou desenvolver e mostrar evidência de validade e fiabilidade de uma medida da atitude de estudantes universitários face a um aplicativo de relacionamentos, o *Tinder*. Nesse estudo, demos um passo além ao acrescentarmos a evidência do princípio da unidimensionalidade da EAFT, o que demonstra que os itens possuem uma única característica latente responsável por toda a variação comum entre as respostas dos itens (Morizot et al. 2007). Ou seja, os pares de adjetivos conseguem avaliar de forma satisfatória as atitudes frente ao *Tinder*, significando um avanço metodológico quanto as outras escalas de aplicativos virtuais.

A EAFT apresentou evidências satisfatórias de validade fatorial e confiabilidade, demonstrada nos dois estudos. As evidências de validade fatorial foram confirmadas por meio das cargas fatoriais acima de 0,50 (Boateng et al. 2018), formando um único fator, como também pelos índices de ajuste ao modelo excelentes (Byrne, 2010). A discriminação e dificuldade dos itens constata o quanto cada par de adjetivos contribuiu de forma significativa na formação das atitudes. Esses resultados indicam que as atitudes podem ser medidas de forma breve. A confiabilidade verificada por meio do alpha de Cronbach e da confiabilidade composta, atestam que a EAFT é fidedigna, e mantém consistente os seus escores (Fornell & Larcker, 1981; Kline, 2013).

Consistente com estudos anteriores (Pimentel et al. 2016), descobrimos que os homens têm atitudes mais positivas frente ao *Tinder* do que as mulheres. Demonstrando maior probabilidade de dizer que se relacionam por meio desse aplicativo. Alguns estudiosos (Sumter et al. 2017) já mostraram que homens tinham uma maior motivação para o sexo casual do que os usuários do sexo feminino, utilizando o *Tinder*. Por outro lado, a pesquisa de Ferreira et al. (2008) mostrou não haver diferenças quanto aos sexos dos participantes, sendo coerente com os nossos achados no Estudo 2. Esses resultados têm implicações consideráveis para intervenções relacionadas ao uso desses aplicativos relacionados a relacionamentos e outras variáveis, como comportamentos de riscos, que devem ter como objetivo mudar tais atitudes frente aos aplicativos.

Embora a medida seja adequada para medir as atitudes frente ao Tinder, o presente estudo tem algumas limitações. Primeiro, nossa amostra foi composta apenas por estudantes universitários. Estudos futuros devem realizar com outras faixas etárias. Além disso, outras pesquisas deverão utilizar a medida em estudos correlacionais, a fim de verificar a validade discriminante e convergente com outras medidas sobre mídias sociais. Ademais, buscar uma equivalência quanto aos sexos dos participantes, até onde sabemos, a maioria das pesquisas são realizadas com mulheres, talvez seja porque elas sejam mais participativas. Além de tudo, um estudo experimental deverá testar se as atitudes favoráveis ao Tinder se relacionam com personalidades extrovertidas, abertura a experiências, dentre outros traços.

Apesar dessas limitações, a EAFT é uma medida adequada e confiável para mensurar as atitudes frente ao aplicativo. Além disso poderá contribuir para o estudo de fenômenos relacionados com a psicologia da mídia e com a psicologia social das relações interpessoais, bem como com estudos sobre relacionamentos virtuais, dado que é uma tendência cada vez maior o uso desses aplicativos para relacionamentos com outras pessoas.

## Referências

- Alexopoulos, C., Timmermans, E., & McNallie, J. (2020). Swiping more, committing less: Unraveling the links among dating app use, dating app success, and intention to commit infidelity. *Computers in Human Behavior*, *102*, 172–180. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.009>
- Allport, G. W. (1966). Attitudes in the history of social psychology. In: Warren, N., & Jahoda, M. (Eds.). *Attitudes*. (p. 15-21). London: Penguin Books.
- Anzani, A., Di Sarno, M., & Prunas, A. (2018). Using smartphone apps to find sexual partners: A review of the literature. *Sexologies*, *27*(3), e61–e65. <https://doi.org/10.1016/j.sexol.2018.05.001>
- Baker, F. B. (2001). *The basics of item response theory*. College Park, MD: ERIC Clearinghouse on Assessment and Evaluation. Original work published in 1985. <https://www.ime.unicamp.br/~cnaber/Baker Book.pdf>
- Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. A. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, *55*(1), 573–590. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with amos: Basic concepts, applications, and programming*. New York: Routledge.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Boateng, G. O., Neilands, T. B., & Frongillo, E. A. (2018). Best practices for developing and validating scales for health, social, and behavioral research: a primer. *Frontiers In Public Health*, *6*(149), 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00149>

- Crites, S. L., Fabrigar, L. R., & Petty, R. E. (1994). Measuring the affective and cognitive properties of attitudes: Conceptual and methodological issues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(6), 619-34.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: theory and applications* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fleck, C. (2015). Attitude: history of concept. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 175–177. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.03146-9>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing*, 18(1), 39-50. <http://dx.doi.org/10.2307/3151312>
- Hahn, H. A., You, D. S., Sferra, M., Hubbard, M., Thamotharan, S., & Fields, S. A. (2018). Is it too soon to meet? Examining differences in geosocial networking app use and sexual risk behavior of emerging adults. *Sexuality and Culture*, 22(1), 1–21. <https://doi.org/10.1007/s12119-017-9449-3>
- Horn, J. L. (1965), "A Rationale and test for the number of factors in factor analysis," *Psychometrika*, 30, 179-85.
- Happn. (2020). *Happn*. <https://www.happn.com/en/about/>
- International Association of Applied Psychology [IAAP] and the International Union of Psychological Science [IUPsyS]. (2008). *Universal declaration of ethical principles for psychologists*. <https://www.iupsys.net/about/declarations/universal-declaration-of-ethical-principles-for-psychologists/>
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P.J. (2013). FACTOR 9.2 A comprehensive program for fitting exploratory and semiconfirmatory factor analysis and IRT models. *Applied Psychological Measurement*, 37(6), 497-498. <https://doi.org/10.1177/0146621613487794>
- Lord, F. M. (1980). *Applications of item response theory to practical testing problems*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- March, E., Grieve, R., Marrington, J., & Jonason, P. K. (2017). Trolling on tinder® (and other dating apps): examining the role of the dark tetrad and impulsivity. *Personality and Individual Differences*, 110, 139–143. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.025>
- Merrill, R. A., & Liang, X. (2019). Associations between adolescent media use, mental health, and risky sexual behaviors. *Children and Youth Services Review*, 103, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.05.022>
- McDonald, R. P. (1999). *Test theory: A unified treatment*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Morizot, J., Ainsworth, A. T., & Reise, S. P. (2007). Toward modern psychometrics: Application of item response theory models in personality research. In R. W. Robins, R. C. Fraley, & R. F. Krueger (Eds.), *Handbook of Research Methods in Personality Psychology* (pp. 407-423). New York: Guilford.
- Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (2010). *Mplus: statistical analysis with latent variables. User's guide* (1998-2010). Los Angeles: Muthén & Muthén.
- Oskamp, S., & Schultz, W. P. (2005). *Attitudes and opinions*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Neiva, E. R., & Torres, C. V. (2011). Psicologia social no Brasil: uma introdução. In C. V. Torres & E. R. Neiva (Eds.), *Psicologia social: principais temas e vertentes* (pp. 31-57). São Paulo: Artmed.
- Orosz, G., Tóth-Király, I., Bothe, B., & Melher, D. (2016). Too many swipes for today: The development of the problematic tinder use scale (PTUS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(3), 518–523. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.016>
- Pimentel, C. E., Vilar, R., Cavalcanti, J. G., & Moura, G. B. de. (2016). Psicologia da era virtual: estrutura das atitudes frente ao Facebook. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, 11(2), 310–324.
- Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D., & Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *Journal of Adolescence*, 55, 5–15. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.002>
- Rodríguez-Castro, Y., Alonso-Ruido, P., González-Fernández, A., Lameiras-Fernández, M., & Carrera-Fernández, M. V. (2017). Spanish adolescents' attitudes towards sexting: Validation of a scale. *Computers in Human Behavior*, 73, 375–384. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.049>
- Samejima, F. (1969). Estimation of latent ability using a response pattern of graded scores. *Psychometric Monograph*, 17. <https://doi.org/10.1007/bf02290599>
- Sevi, B., Aral, T., & Eskenazi, T. (2018). Exploring the hook-up app: Low sexual disgust and high sociosexuality predict motivation to use Tinder for casual sex. *Personality and Individual Differences*, 133, 17–20. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.053>
- Ferreira, D. C. S., Pimentel, C. E., Cirino, C. S., Santos, H. S., & Oliveira, M. C. (2008). Psicologia da era virtual: atitudes de estudantes adolescentes frente ao Orkut. *Psicologia Argumento*, 26(55), 305-317. <https://doi.org/10.7213/rpa.v26i55.19859>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Tinsley, H. E. A., & Tinsley, D. J. (1987). Uses of factor analysis in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology*, 34(4), 414–424. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.34.4.414>
- Van De Wiele, C., & Tong, S. T. (2014). Breaking boundaries: The uses & gratifications of Grindr. *UbiComp 2014 - Proceedings of the 2014 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing*, 619–630. <https://doi.org/10.1145/2632048.2636070>