

INFLUÊNCIA DA PANDEMIA COVID-19 NAS PLATAFORMAS DE ONLINE DATING: ESTUDO DE CASO DO FELIZES.PT

RITA SEPÚLVEDA E MIGUEL CRESPO

JULHO DE 2020

As dinâmicas inerentes ao uso de plataformas de *online dating* foram também afetadas pela pandemia de Covid-19 e, perante o confinamento voluntário ou obrigatório verificado desde março em muitos países, torna-se relevante tentar compreender como se altera a utilização de plataformas como o [Felizes.pt](https://www.felizes.pt).

Por um lado, as pessoas confinadas poderão ter mais tempo disponível para aceder a serviços *online* mas, por outro, as plataformas de *dating* posicionam-se como um espaço virtual, mediado, no qual as pessoas estabelecem contactos à distância que podem, eventualmente, transformar-se em encontros físicos, o que em tempo de pandemia é desaconselhado (pelas próprias plataformas).

Torna-se assim relevante tentar perceber como se alteram os usos das plataformas de *online dating* perante uma situação de exceção, em termos de frequência, duração e comportamentos dos seus utilizadores.

No caso português, o Felizes.pt, que se assume como tendo sido “construído por portugueses e para portugueses”, é uma plataforma relevante, com mais de 200 mil utilizadores, e pode dar-nos indicações sobre como os portugueses moldaram os seus comportamentos de *dating* em tempos de pandemia e confinamento.

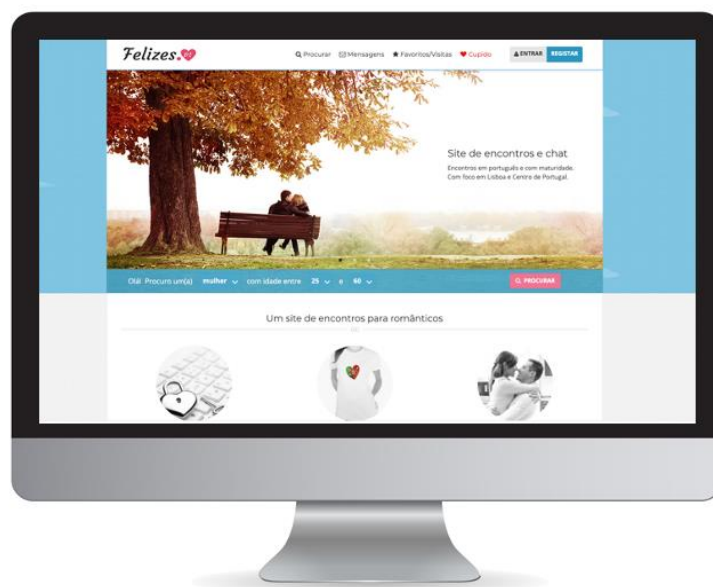


Figura 1: Homepage site Felizes.pt

Dados gerais de uso

A plataforma Felizes.pt conta com 207962 utilizadores inscritos (a 1 de junho de 2020). Desses, os utilizadores ativos (que acederam ao site pelo menos uma sessão nos últimos 10 dias) são 46663. Considerando os que acederam no último mês, o número aumenta para cerca de 60 mil.

Em termos de género, 121150 identificam-se como homens e 86812 como mulheres (não existem opções de registo não binárias). Apesar deste rácio homens-mulheres, a nível de utilizadores ativos o rácio inverte-se a favor das mulheres.

Por distribuição etária, e para uma “média de idade que tem vindo a subir e é atualmente de 40 anos” (em 2017 era de 37,5 e no final de 2018 de 38,5 anos), os intervalos 40-45 anos (32902) e 45-50 (29210) são os que concentram mais utilizadores. Os restantes intervalos significativos, sem grande diferenciação em termos de volume, são todos os dos 18 aos 40, e o dos 50-55 anos (todos acima dos 20 mil). Nos restantes só a curiosidade de existirem 776 utilizadores com mais de 75 anos.

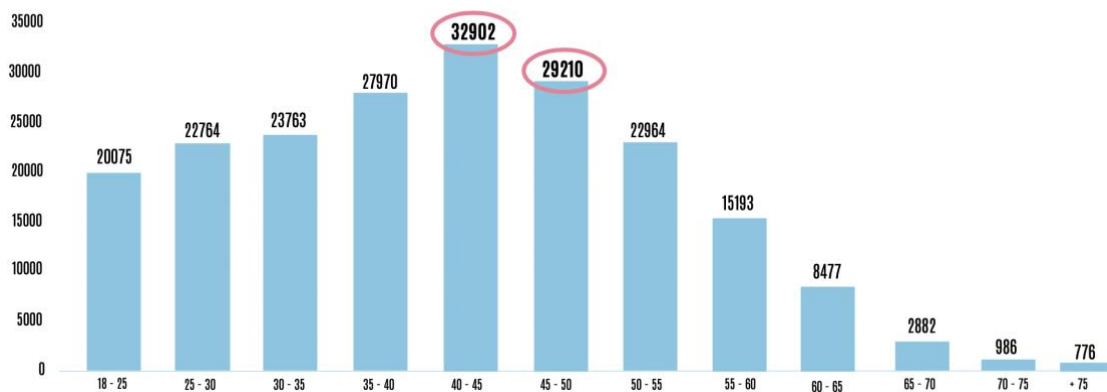


Figura 2: Distribuição utilizadores em função do intervalo etário

Esta média e perfil etários do Felizes.pt são superiores aos dados habituais de plataformas de *online dating*, que indicam que a grande concentração de utilizadores se situa no intervalo 25-34 anos, seguindo-se aqueles com idades no intervalo 35-44 anos ([Statista, 2019](#)). Esta discrepância pode ter muitos motivos, como por exemplo o posicionamento da plataforma, mas sugere que os utilizadores a podem ver como uma solução para aqueles que procuram novos relacionamentos, ou também como resposta a ser mais “difícil” pessoas de tal idade

encontrarem outros relacionamentos nos meios mais comuns (grupos de amigos, trabalho, escola, etc.). Estas têm sido algumas das razões apontadas pelos utilizadores para recorrer a tais serviços e como resposta a acontecimentos que vão ocorrendo nas suas vidas (Sepúlveda e Vieira, 2020). Os utilizadores não descartam as redes sociais e locais tradicionais, mas as plataformas de *online dating* são encaradas como um meio complementar a outros espaços reais ou virtuais onde podem conhecer várias pessoas.

Em termos geográficos, cerca de um terço dos utilizadores são do distrito de Lisboa e um sexto do Porto. Todos os outros têm menos de 10% do total, com Setúbal e Braga a serem os únicos a terem mais de 5%. Isto indica que a maioria está nas zonas mais urbanas e populosas, como seria expectável. Destaque para o Brasil, com mais de 26 mil utilizadores, dos quais 75% são mulheres, invertendo o equilíbrio geral (a segunda região com mais mulheres é Lisboa, com 43%).

Em termos gerais, os dados indicam que existe uma maior percentagem de homens em plataformas de *online dating* face ao de mulheres. Em estudos concretos em que aplicações como o Tinder e os seus utilizadores eram o objeto de estudo, as utilizadoras relatam sentirem-se frustradas ou desrespeitadas após usar a aplicação, relatando comportamentos ofensivos por parte de utilizadores (Lopes & Vogel, 2019). Ao Tinder têm sido associadas críticas devido ao seu design, que privilegia a componente visual face à textual ([Vieira & Sepúlveda, 2017](#)), devido à sua lógica de utilização, de aceitar ou descartar utilizadores num movimento de deslizar o dedo (*swipe*), através de informação limitada, assim como a associação de motivações para a usar, entre as quais procurar pessoas para ter sexo casual ou para relações extraconjugais, nomeadamente apontadas pelos utilizadores do sexo masculino ([Timmermans, De Caluwé & Alexopoulos, 2018](#)). Assim, a dimensão género poderá estar associada a determinadas motivações, perspetivas e resultado do uso.

Neste contexto, o Felizes.pt afirma ter querido “inovar e construir um site com um ponto de vista mais feminino sobre relacionamentos e encontros (...), um espaço onde as mulheres se sintam bem”. Um posicionamento semelhante ao da aplicação [Bumble](#), na qual são as mulheres que tomam a iniciativa, “mudando assim as normas e padrões antiquados”.

Porém, é de notar que, no momento da criação do perfil no Felizes.pt, e quando é pedido para indicar se utilizador é homem ou mulher, a plataforma, de forma automática, preenche o campo “Eu procuro” (homem ou mulher) com a opção oposta à selecionada anteriormente. Caso o

utilizador esteja à procura de contactar pessoas do mesmo género (entre os 2 possíveis, únicos dados como opção), terá de mudar manualmente, aspeto que remete para questões de heteronormatividade e que são limitativas do acesso e da experiência em função de tal parâmetro.

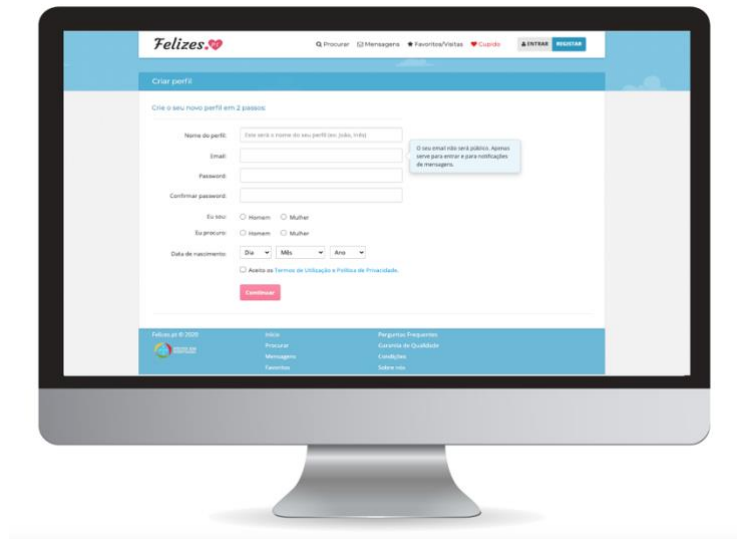


Figura 3: Página do Felizes.pt onde o utilizador dará início ao seu registo e construirá o seu perfil

O uso da plataforma requer registo e consequente construção de perfil. Tal processo resume-se a três momentos: 1) são solicitadas informações mais genéricas (nome do perfil, e-mail e password), o género a que pertence e aquele que procura, e a data de nascimento de quem se está a registar; 2) num segundo passo é solicitada informação como a localização (distrito, cidade), estado civil, profissão, se a pessoa é fumadora (e, se sim, com que regularidade), se consome bebidas alcoólicas (e, se sim, com que regularidade), todos campos obrigatórios, e informações sobre tatuagens e piercings (campo facultativo). A colocação de fotografia(s) no perfil é facultativa, podendo o utilizador optar por criar um avatar que o represente. Caso o utilizador não inclua fotografias no seu perfil, terá de facultar um conjunto de informações de natureza descritiva e de ordem física, como a cor dos olhos e cabelo, a altura, a aparência e, numa escala de 0 a 10, pontuar a sua própria beleza. Isto remete de forma direta para a importância dada ao aspecto físico; 3) é requerida informação textual no campo “introdução” do perfil, que deve conter no mínimo 90 caracteres. Como incentivo, é sublinhado que perfis com descrição mais extensa recebem em média 70% mais mensagens.

Não existe a possibilidade de o perfil ser criado através de redes sociais *online*, como acontece em outras plataformas ([Happn](#) ou [Badoo](#) por exemplo), nem é reconhecível a atribuição de algum símbolo ou indicação ao perfil referente à verificação da informação facultada. [Estudos](#) demonstram que, em contexto de *online dating*, os utilizadores tendem a enfatizar características positivas e, inclusive, a mentir sobre vários aspetos, em especial sobre estado civil, altura ou peso, por exemplo.

O Felizes.pt indica não aceitar perfis falsos, entre outros comportamentos desadequados, incentivando a que os utilizadores denunciem quem não cumpre as regras explícitas, posição comum entre as plataformas de *online dating*.

Os efeitos da pandemia na utilização da plataforma

Um dos dados para perceber a influência da pandemia no âmbito do *online dating* são as expressões relacionadas com a pandemia Covid-19 que estão presentes nos perfis. O Felizes.pt identificou termos como covid, covid-19, corona, coronavírus, pandemia, quarentena, isolamento ou confinamento, o que mostra que mesmo na sua vida íntima os portugueses revelam estar atentos e sensíveis à situação.

O mesmo se verifica nos perfis e nas expressões utilizadas no campo “introdução”, onde se encontram frases como as que se destacam na figura 4.

"Gosto de conversar, sorrir e estar bem com os amigos. Neste tempo de **quarentena** temos que socializar e encontrarmos outras formas de nos conhecer!"

"Bem já que estou de **quarentena** e não tenho assim nada do outro mundo para fazer."

"Só estou aqui..para ver se a **quarentena** passa mais rápido."

"O actual estado de emergência derivado da **pandemia** do **COVID-19**, não nos permite encontros de café ou outros, porém aceito marcações futuras :) :)"

"Procuo ser feliz... Se encontrar alguém com quem conversar, rir, partilhar a solidão da **quarentena**, ótimo!"

"Por motivos de **covid 19**, estamos fechados ao amor :D"

Figura 4: Referências a palavras relacionadas com a pandemia Covid-19 presente nos perfis dos utilizadores do Felizes.pt

São vários os acontecimentos marcantes na vida dos utilizadores que justificam o recurso a plataformas de *online dating*, podendo essa utilização compreender diversas motivações (Sepúlveda e Vieira, 2020). Podemos encarar este tipo de expressões como forma de refletir várias motivações, como busca por entretenimento, necessidade de companhia, vontade de socializar ou estabelecer novas amizades, sendo algumas de forma clara associadas à pandemia, nomeadamente à imposição da quarentena. A pandemia impõe-se assim como um acontecimento que proporcionou ou impulsionou o recurso a plataformas de *online dating* e os seus efeitos são refletidos, na primeira fase do processo de *online dating*: a criação do perfil, através do qual os utilizadores se apresentam e onde aspectos como o que procuram no outro ou o que procuram ao usar a plataforma pode estar refletido (Vieira e Sepúlveda, 2017).

As expressões associadas à pandemia são mais visíveis nos perfis de mulheres do que de homens, e principalmente nas faixas etárias abaixo dos 30 anos e entre os 40 e os 50 anos.

Menções à Covid-19 (obtidas sem intervenção humana e não individualizadas ou identificadas, correndo um algoritmo automático que pesquisa por estes termos nas mensagens entre utilizadores) não surgem apenas nos perfis, mas também entre 586917 mensagens de entre um universo de quase 15 milhões de comunicações enviadas na plataforma entre fevereiro e maio de 2020. O volume de mensagens e referência a termos relacionados com Covid-19 durante a fase da descoberta, aquela em que os utilizadores se conhecem e quando é natural comunicarem entre si com recurso ao chat, reforça a ideia de que as pessoas em tempo de confinamento passam mais tempo no chat e que a pandemia é inevitavelmente parte da conversa. A plataforma começou a verificar menções à palavra Covid-19 ou coronavírus em fevereiro, atingindo o seu pico entre finais de março/ início de abril.

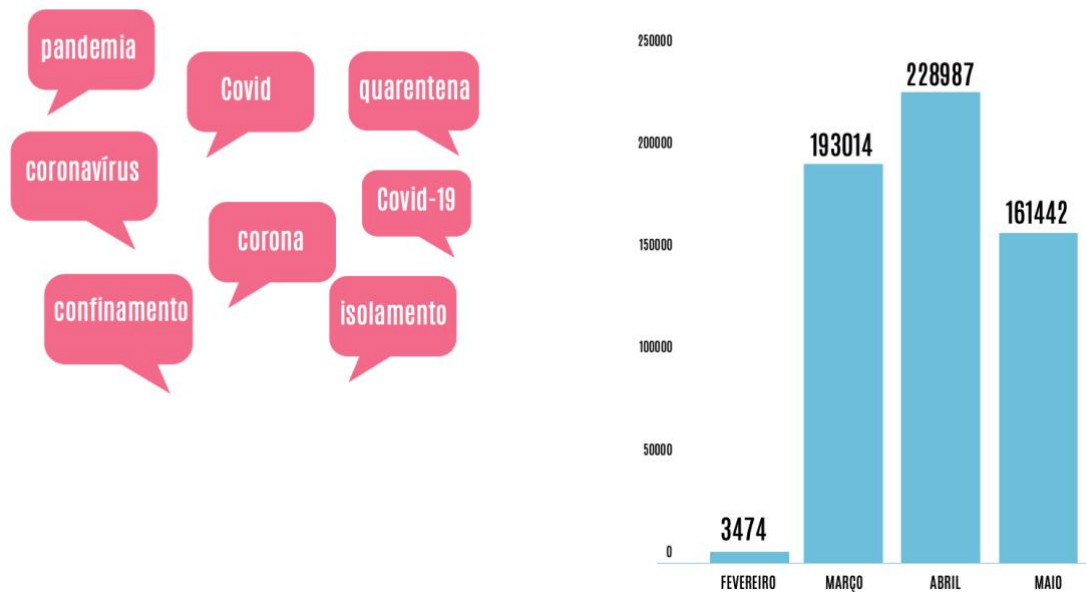


Figura 5: Menções a palavras relacionadas com a pandemia Covid-19 entre as mensagens trocadas pelos utilizadores no chat do Felizes.pt

Mas quais as principais diferenças no comportamento dos utilizadores do Felizes.pt durante a pandemia? O mais óbvio foi “a introdução do tópico Covid-19” seja na criação de novos perfis, cujo número aumentou quando comparado com outros períodos, surgindo como pretexto para os portugueses se inscreverem no Felizes.pt, mas também como tema nas conversas entre os utilizadores. Em termos de consumos, os fins de semana deixaram de ser o período associado a uma maior disponibilidade em termos de tempo para os utilizadores se ligarem ao Felizes.pt, na medida em que durante os diferentes dias da semana a plataforma registou um nível de atividade muito semelhante.

A plataforma assume que “outras formas de entretenimento ou socialização, tenha levado a uma presença mais constante no site e este tornando-se, assim, uma forma de entretenimento que substituiu jantares e idas ao teatro ou ao cinema, durante a semana”.

Como mencionado no artigo *Online dating em tempos de Covid-19*, a imposição de isolamento social levou a que os utilizadores de *online dating*, incentivados por comunicações das próprias plataformas, reinventarem os seus encontros, reproduzindo *online*, e com recurso a outros formatos como as videochamadas, situações que, antes da pandemia, aconteceriam

pessoalmente (jantares, assistir a séries, jogar...). Segundo as plataformas, esta era uma forma de, por um lado, os utilizadores não se isolarem socialmente, e por outro continuarem a conhecer outras pessoas ou seja, continuarem a utilizar.

Perfil de utilização em tempos de Covid-19

Em termos de número de acessos, o Felizes.pt durante os meses de março e abril teve “um aumento de acessos à plataforma de 19%, face ao mês de fevereiro”, passando de mais de 634 mil acessos em fevereiro para mais de 806 mil em maio, como pode ser visto na figura 6.

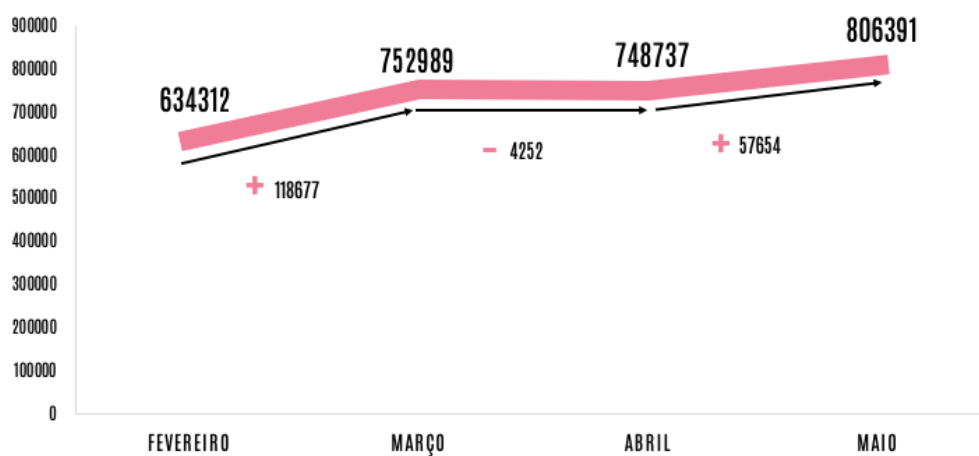


Figura 6: Número de acessos de fevereiro a maio de 2020

O tempo médio de cada sessão, por utilizador, é de 19 minutos, segundo dados da plataforma. Este tempo enquadra-se em valores médios, tendo em conta dados de outras investigações, onde os utilizadores indicam que diariamente passam em média 10 a 30 minutos (em situações de normalidade social) a usar plataformas de *online dating* (Sepúlveda e Vieira, no prelo). Ora, durante o confinamento, e como as pessoas estão em casa, poderíamos assumir que poderiam dedicar mais tempo a utilizar o site, o que não parece acontecer, e indicia que a prioridade para a ocupação desse tempo doméstico extra será empregado em outras tarefas/atividades. Existe também a possibilidade de na fase da descoberta os utilizadores partilharem outras formas de contacto, como o Facebook Messenger ou o WhatsApp, migrando as conversas para essas plataformas.

Mas como ocupam os utilizadores o tempo despendido na plataforma? A distribuição dos utilizadores pelas páginas do site (após login), fornecida pela plataforma, indica que a atividade mais comum é o uso do Chat (cerca de 40%), seguido de Favoritos (22%), Pesquisa (20% nas páginas /Mulheres e /Procurar), páginas de perfis (12%), e restantes páginas (6%). Este perfil de uso pode indiciar que vão ver as mensagens e conversações pendentes (e, provavelmente, responder a mensagens), suportando a ideia de que parte da comunicação se mantém através do site.

O que não se alterou de forma significativa, mesmo que as rotinas quotidianas tenham sido alteradas, foram os dias e horários de maior consumo. Pré-pandemia, os acessos à plataforma aumentavam exponencialmente durante o fim de semana. Na situação de confinamento verifica-se uma oscilação menor entre os acessos durante a semana e o fim de semana. Em termos horários, mantém-se o período entre as 20h e as 23h como o de maior atividade.



Figura 7: Horário de utilização mais comum e tempo médio por sessão

Perfil do novo utilizador em tempo de confinamento

Mas quem são os novos utilizadores da plataforma? Segundo informação do Felizes.pt, houve um “aumento de 27% na criação de novos perfis” face ao mesmo período do ano passado. São 11900 novos perfis criados entre março e abril de 2020, face a 9400 em 2019. Estes novos perfis podem ser caracterizados em termos etários, de género e por região.

Em termos etários o intervalo dos 40 aos 50 anos é o que mais aderiu ao Felizes.pt durante a pandemia, com 32% dos novos perfis, seguido pelos 30-40 anos (25%) e as faixas adjacentes (18-30 e 50-60) quase empatadas (19% e 18%, respetivamente). Acima dos 60 anos os novos assinantes são residuais (6%). Por género, há 54% de homens e 46% de mulheres.

Em termos regionais, o distrito de Lisboa tem quase um terço dos novos utilizadores (32%), seguido do Porto (18,7%). Nenhum outro distrito se aproxima sequer dos 10%, com Setúbal a ser o único a ultrapassar os 5% (com 6,8%). Relevante o facto de existirem 8,3% de novos utilizadores no Brasil, que é a única unidade regional com significativamente mais mulheres (61%) do que homens. Só Lisboa tem também mais mulheres (52%) do que homens.

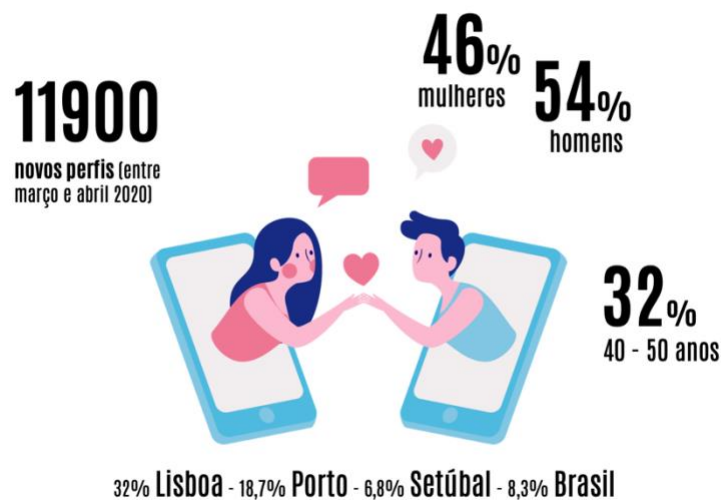


Figura 8: Caracterização demográfica de novos perfis. Fonte: Adaptado de freepik.com

Evolução e comunicação da plataforma

Perante a situação de pandemia, não terão sido apenas os comportamentos dos utilizadores a serem afetados, e várias plataformas sentiram a necessidade de se adaptar ao contexto e apresentaram transformações. No caso do Felizes.pt, perante a constatação geral do acentuar uma tendência em que as pessoas dedicam cada vez mais do seu tempo às suas vidas *online*, o objetivo é “participar nessa tendência e oferecer aos utilizadores formas novas e divertidas de interagir, com jogos e desafios que juntem duas pessoas ou um grupo de pessoas à volta desse desafio. Tal como na vida física, muitos aspectos sociais, como saídas em grupo, poderão, em parte, ser também transpostos para o *online*.” Nesse sentido estão “a explorar uma parceria com outra empresa para lançar eventos de vídeo-chat em grupo.”

Os encontros através de videochamada foram vistos como solução (em tempo de pandemia) para dar resposta à proibição dos encontros presenciais. Este formato de comunicação já estava disponível em algumas [plataformas](#) de *online dating* e [outras](#) já assumiram que iriam integrar

PÁGINA 10

soluções de videochamada entre os serviços oferecidos aos utilizadores. Será, no futuro, o uso de videochamada um novo formato apropriado pelos utilizadores no decorrer da fase da descoberta e antes, caso aconteça, de algum encontro presencial? Não obstante, as videochamadas levantam questões de segurança e privacidade. Enquanto o conteúdo dos perfis e das mensagens pode ser moderado, levando a que possam ser eliminados se não respeitarem regras de funcionamento das plataformas (perfis falsos, uso de imagens ofensivas ou linguagem inapropriada, por exemplo) o vídeo, ao acontecer em *real time*, impõe dificuldades na moderação. Para evitar que qualquer utilizador possa requerer uma videochamada com outro, as plataformas vão colocando restrições, como por exemplo terem ambos os utilizadores de aceitar realizar a videochamada, [receber apenas videochamadas de utilizadores com quem já tenham trocado mensagens](#) ou a possibilidade de [denunciar a videochamada caso se sintam inseguros](#).

Os principais desafios que a pandemia veio trazer para o Felizes.pt foram, segundo a plataforma, “cumprir o nosso objectivo de criar relações fora da plataforma, dado que os utilizadores não se podiam encontrar. A comunicação escrita nem sempre é eficaz para todos e, portanto, ficamos a perder nas vantagens da comunicação que só os encontros presenciais podem trazer.” Apontam limitações no formato de *online dating* mas consideram que “os utilizadores tiveram a oportunidade de se conhecer melhor antes de se encontrarem”. De forma a conseguir aproximar a comunidade, o Felizes.pt reforçou a comunicação nas redes sociais e no blogue.

A plataforma afirma que após 4 de maio (início do desconfinamento) registaram-se já novas alterações nos comportamentos (consumos e perfis). Apesar do aumento de tráfego em março e abril ter sido derivado da quarentena, e de esta ter começado a ser levantada já no início de maio, os dados de maio mostram que este foi um mês recorde em termos de acessos (806391). Em trajetória oposta, o tempo médio de cada sessão baixou para a 16 minutos por sessão, o que pode indicar que as pessoas voltaram a sair mais de casa, embora não necessariamente para se encontrarem com outros.

Análise conclusiva

Num contexto de confinamento como o verificado nos últimos meses devido à pandemia de Covid-19, os portugueses foram obrigados a substituir muitas atividades presenciais por substitutos *online*. No caso das plataformas de *online dating*, nas quais os utilizadores poderão (ou não) procurar a intermediação digital para depois transporem os relacionamentos para o

[PÁGINA 11](#)

mundo físico, a concretização de encontros “ao vivo” torna-se impossível, ou, no mínimo, altamente desaconselhada (até pelas próprias plataformas).

Perante o recolhimento forçado a casa e o aumento do recurso a serviços online, é relevante tentar perceber como a alteração dos pressupostos de uso do *online dating* teve influência no comportamento dos portugueses. Sendo uma plataforma que se diferencia ao posicionar-se como ter sido construída por, para portugueses e em Português - no registo apenas estão disponíveis distritos portugueses ou como exceção o Brasil -, o Felizes.pt e os seus mais de 200 mil utilizadores podem servir como indicador de mudanças mais alargadas a outras plataformas similares no contexto português.

No contexto Covid-19 são de notar algumas alterações relevantes do ponto de vista de utilização, que começam no uso de expressões relacionadas à pandemia no campo “introdução” do perfil e nas mensagens trocadas, verifica-se também no aumento de novos registos e no volume de acessos, assim como no aumento da duração de cada sessão ou na distribuição mais igualitária do uso da plataforma ao longo dos vários dias da semana.

A própria plataforma sentiu necessidade de se adaptar, reforçando a comunicação com os utilizadores, nomeadamente através de canais sociais *online*, e alertando-os para novos comportamentos esperados, além de partilhar mensagens de apoio.

Portanto, também no *online dating* a pandemia deixa marcas, obrigando plataformas a estarem mais perto e a serem mais informativas para os seus utilizadores, e estes a interiorizar a nova realidade e a exprimi-la nas plataformas.

Nota metodológica

Os dados apresentados e relativos à plataforma Felizes.pt foram facultados pela própria plataforma. Os autores agradecem a disponibilidade na partilha dos dados.