
Online Dating: O match perfeito da pandemia - um estudo exploratório

Tânia Correia¹, Ana Beatriz Desiderati Saraiva ², Diogo Almeida³ & Paula
Pinheiro⁴

¹ ESTGV-IPV, pv23812@alunos.estgv.ipv.pt

² ESTGV-IPV, pv23873@alunos.estgv.ipv.pt

³ ESTGV-IPV, estgv14190@alunos.estgv.ipv.pt

⁴ ESTGV-IPV, ppinheiro@estgv.ipv.pt

Resumo

O *online dating* consiste num sistema através do qual os utilizadores registados podem estabelecer ligações e comunicar entre si, através de dispositivos ligados à Internet com o objetivo de estabelecerem um relacionamento potencialmente amoroso e/ou sexual. Nos últimos dois anos, o isolamento e o distanciamento social, impostos pela pandemia COVID-19 impediram que as pessoas se pudessem relacionar livremente e sem restrições. Existem evidências na literatura de que esta situação poderá ter levado à intensificação da utilização das aplicações de relacionamentos. Neste contexto, este artigo pretende evidenciar a existência de alterações na utilização dessas aplicações, bem como a identificação dos fatores que mais influenciaram essas alterações.

A metodologia utilizada neste estudo exploratório foi, numa primeira fase, um estudo qualitativo através de um *focus group online* e, numa fase posterior, foi aplicado um questionário a uma amostra de 134 indivíduos. Os resultados permitiram concluir que embora a população em geral se tenha distanciado cada vez mais devido à pandemia, as aplicações possibilitaram quebrar essa barreira.

Palavras-chave: Online dating, Dating apps, Pandemia, Social media, Covid-19

1. INTRODUÇÃO

Relacionamentos e pandemia são duas palavras que *a priori* designam um paradoxo, mas poderá haver uma conexão entre ambos? O mundo parou com a chegada de um vírus desconhecido: a Covid-19. No princípio não havia lugar para alarmismos, mas cedo se percebeu que o combate a algo invisível iria obrigar as pessoas a passar mais tempo em casa do que em qualquer outro local.

A pandemia modificou as pessoas a todos os níveis, quer a nível pessoal, quer financeiro e psicológico. Nunca no presente século se tinha assistido à obrigatoriedade da interdição de contacto físico. Este facto traduz uma vontade emergente de dispor uma alternativa à comunicação e relacionamento. Com as limitações impostas pelos governos, reiterados pela Organização Mundial da Saúde, havia poucas justificações que permitissem a saída de isolamento durante períodos de *lockdown*. As autoridades de saúde pública afirmaram que manter distância dos outros era essencial para conter a propagação do vírus. Foi neste preciso momento que as aplicações de *online dating* ganharam destaque entre uma parte da população.

O recurso a estas plataformas tem sido alvo de vários estudos académicos que têm demonstrado que os principais motivos relatados para aceder a *online dating* vão para além do desejo de conhecer alguém com quem ter um relacionamento ou sexo, aliando-se outros motivos, como ter companhia ou passar o tempo (Sepúlveda et al., 2021).

Neste contexto, o presente artigo pretende demonstrar, através de um estudo exploratório, os motivos que levaram as plataformas digitais de relacionamentos a adquirir tantos novos utilizadores nos últimos dois anos, e qual o impacto dos confinamentos para este fenómeno.

O presente artigo para além do resumo, introdução e metodologia, o mesmo também está dividido entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa.

2. METODOLOGIA

Após uma breve revisão de literatura, realizou-se um estudo qualitativo por meio de um focus group, com o intuito de perceber os motivos que levaram ao aumento do uso das aplicações de relacionamentos nos últimos dois anos e as respetivas consequências. A reunião foi realizada em formato online no dia 19 de novembro de 2021 através da plataforma “Zoom” com a presença de nove participantes, sendo sete do género feminino e dois do género masculino, e nas idades compreendidas entre os 21 e os 30 (ver tabela 1).

Tabela 1. Amostra do Focus Group

Participantes	Género	Idade	Formação Académica	Nacionalidade
Participante nº01	Feminino	21	Enf. Veterinária	Português
Participante nº02	Feminino	21	Publicidade e Relações Públicas	Português
Participante nº03	Feminino	22	Estuda História	Português
Participante nº04	Feminino	24	Web designer	Brasil
Participante nº05	Masculino	30	Doutoramento em Bioquímica	Português
Participante nº06	Feminino	25	Jornalista	Brasil
Participante nº07	Feminino	30	Advogada	Brasil
Participante nº08	Masculino	23	Publicidade (ainda é estudante)	Brasil
Participante nº09	Masculino	22	Jornalista	Brasil

As idades dos inquiridos não foram selecionadas através de um critério, mas sim da disponibilidade que estes tinham visto ser um tema tão pessoal e alguns não quererem participar devido á fragilidade do assunto. Os participantes foram recrutados através de um anúncio nas redes sociais tanto da moderadora como dos analistas do respetivo focus group, tendo como critério a utilização de alguma plataforma de relacionamento nos últimos três anos.

Posteriormente, foi levado a cabo um estudo quantitativo, que consistiu na realização de um inquérito online, no qual as perguntas presentes no mesmo não foram retiradas de outros autores, mas sim com base no presente focus group. As informações foram recolhidas através de um questionário alojado na plataforma Google Forms e os participantes foram convidados a participar através de redes sociais. O processo de amostragem foi por conveniência, pois não existe uma base de sondagem completa e exaustiva da população. Este tipo de amostragem não probabilística não é representativo nem permite retirar conclusões acerca da população, mas é apropriado para um estudo exploratório. O questionário esteve disponível desde o dia 12 de dezembro até 21 de dezembro de 2021, e obtiveram-se 135 respostas, todas elas válidas. Do total da amostra, 73 observações (55,22%) correspondem a indivíduos do género feminino e 62 (44,78%) do género masculino, de nacionalidades portuguesa e brasileira. Quanto à distribuição da idade, 104 inquiridos pertencem à faixa etária dos 18 aos 25 anos (77%), 25 pessoas têm entre 26 e 35 anos (19%) e 4 entrevistados têm entre 36 e 45 anos (5%). Em relação às habilitações literárias, 108 pessoas têm uma licenciatura que corresponde a 61,9%, 10 possuem o mestrado, em termos de percentagem situa-se nos 10%, 16 têm um curso profissional, que molda a 10,4% e 1 pessoa concluiu doutoramento.

Os dados foram analisados através do Excel, onde explorámos as seguintes questões: qualidade e quantidade das aplicações de relacionamentos; relação entre as nacionalidades e os motivos para o uso das aplicações de relacionamentos; género e importância do relacionamento; género e motivos de utilização nas aplicações de relacionamento e género e importância de um relacionamento.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1. ONLINE DATING

O online dating pode ser entendido como um conjunto de atividades de compromisso, estando presente a ideia de possuir um possível companheiro e/ou posteriormente um primeiro contacto (Sepúlveda et al., 2021). O modo como estas plataformas de online dating funcionam é algo parecido às redes sociais, tendo como objetivo a comunicação entre eles (os possíveis companheiros), com características semelhantes, isto é, os gostos iguais ou similares. (Sepúlveda et al., 2021)

De acordo com Sepúlveda et al. (2021), o online dating é para proporcionar a comunicação e as respetivas relações através de dispositivos móveis com acesso à internet de modo a proporcionar uma possível relação de âmbito amoroso, ou sexual, mas, todavia, não são as únicas opções.

O online dating é como um serviço que ajuda a encontrar um relacionamento e não apenas um “engate” ou fornecer a melhor tecnologia para as pessoas se conhecerem (match) (Sepúlveda & Crespo, 2020).

As plataformas de relacionamentos e centros de namoro online direcionam os subscritores para o alívio afetivo, manifestações de autenticidade e o namoro online romântico (Duguay et al. 2022). Os mesmos autores afirmam também que as chamadas de vídeo e ferramentas associadas foram materiais essenciais para as aplicações de relacionamentos, substituindo assim o contacto físico. Nesta prosperidade das aplicações de relacionamento, as empresas proprietárias destas mesmas aplicações perpetuam modelos de crença de que o sucesso de ter um companheiro ou uma companheira a posteriori iria resultar num compromisso monogâmico no futuro. Para comprovar a autenticidade das aplicações de relacionamentos, parte delas optaram por inserir a verificação social, a importação de dados e as redes de amigos de outras plataformas, de forma a garantir a autenticidade e segurança das aplicações (Duguay, 2017)). Por outro lado, outras aplicações exigiam como recurso a verificação do perfil do Facebook, tendo assim mais uma espécie de certeza de uma “autorrepresentação” (Lingel & Golub, 2015).

Segundo os autores Koeze e Popper (2020), o online dating começou a emergir de forma mais rápida no momento em que o país e o resto do mundo atravessava uma pandemia, quando as autoridades indicavam para passar mais tempo em casa do que propriamente fora da mesma e as comunicações entre as pessoas eram cada vez mais escassas. Neste sentido, as plataformas de contacto (redes sociais), que incluem as aplicações de relacionamento, tiveram um acréscimo de utilização e utilizadores. A prosperidade do online dating foi de tal forma, que nos últimos anos o online dating aumentou 30% (Anderson et al., 2020).

É importante salientar que existe uma dicotomia entre os indivíduos e a comunicação social relativamente ao que pensam sobre as relações não tradicionais. Enquanto os indivíduos alertam que a utilização deste tipo de aplicações tem várias finalidades, entre elas o entretenimento, amizade, relacionamentos e relações sexuais, a comunicação social caracteriza as plataformas de online dating como algo relacionado com prazer (Ranzini & Lutz, 2017).

As empresas proprietárias das aplicações de relacionamentos, além de considerar que a pandemia- Covid-19 provocou o aumento da utilização deste tipo de aplicações, acabam por apresentar histórias de grande sucesso, em que os casais que inicialmente deram match na aplicação iniciaram posteriormente uma relação (Duguay et al., 2022).

3.2. RELAÇÕES DOS JOVENS-ADULTOS TENDO COMO BASE O ONLINE DATING

No que diz respeito às relações ocasionadas pelo online dating, é importante expor que a primeira impressão entre os companheiros é muito importante (Veríssimo, 2019). Isto quer dizer, que a beleza exposta é uma preocupação não só dos utilizadores, como também dos próprios sites de relacionamento online, isto é, quanto mais bonita a pessoa parecer mais hipóteses tem de dar “match” (Veríssimo, 2019). Neste pensamento, a colocação de imagens de si próprio leva a que a outra pessoa pense de imediato que é real, tirando a ideia de ser algo fake (Veríssimo, 2019). Todavia existem aplicações, como por exemplo o Tinder e o Gindr, que conseguiram suprimir as descrições em pormenor, permitindo aos subscritores basear o seu interesse apenas nas fotografias que os utilizadores colocam (Veríssimo, 2019).

As relações dos jovens adultos no online dating têm como prioridade a comunicação, pois esta incita os utilizadores a verificar as primeiras informações (Veríssimo, 2019). O autor Veríssimo (2019) reforça que o primeiro encontro presencial (face to face) permite verificar se as informações iniciais são de facto verdadeiras, assim como, adquirir uma panóplia de informação sobre a outra pessoa que poderá aumentar ou diminuir a oportunidade de se virem a relacionar (Veríssimo, 2019).

Os jovens adultos que optam por iniciar uma relação em modo virtual e estão dispostas a dar continuidade à mesma através de encontros presenciais, sentem mais bem estar na relação do que aqueles que apenas têm uma relação estritamente online (Selltiz, 2017). A mesma autora afirma ainda que os jovens adultos que assumem de imediato a sua própria identidade possuem mais bem-estar do que aqueles que assumem perfis falsos ou “supervalorizados”. Também os pré adultos que são introvertidos e iniciam relações neste formato online, têm um afeto mais positivo do que aqueles que são introvertidos, mas que não usam as plataformas de online dating (Selltiz, 2017).

Mas as relações de online dating tiveram um grande aumento também devido à pandemia que emergiu no mundo, pois as mesmas tinham como costume a dita socialização. Essas pessoas voltaram a sua atenção para as aplicações de relacionamentos, pois estas permitiam diminuir a solidão vivida (Oliveira da Silva Junior, 2021). O mesmo autor refere que o online dating apareceu como uma forma de modificar as limitações impostas ao corpo, ou seja, é possível ter uma relação sem a existência do contacto físico.

3.3. PLATAFORMAS DE RELACIONAMENTOS NA PANDEMIA- AS INFLUÊNCIAS

São diversas as razões para o uso destas plataformas de relacionamentos na vida dos utilizadores, nomeadamente para combater a solidão, mas também pelo facto de estar interdita a comunicação física e existir vontade de se relacionarem, ou apenas para construir novas amizades (Sepúlveda e Vieira 2020). É importante referenciar que a obrigação de conviver restritamente com o agregado familiar, proporcionou o

uso da comunicação através das plataformas de online dating, como por exemplo as videochamadas (Sepúlveda e Crespo, 2020).

De acordo com Sepúlveda e Vieira (2020), os encontros através de videochamada resultaram como solução, visto que estar juntos de forma física era proibido. O método de comunicar através de videochamadas em algumas plataformas foi possível desde sempre, enquanto outras plataformas ofereceram a opção de realizar videochamada apenas durante a pandemia (Sepúlveda & Vieira, 2020).

4. RESULTADOS

Quanto à primeira parte do estudo exploratório, o focus group, é possível destacar que os participantes assumiram um acréscimo da utilização de aplicações de online dating durante o tempo pandémico, isto porque, citando um dos intervenientes “não havia nada para fazer”. No entanto é possível evidenciar uma grande diferença na forma como os portugueses e brasileiros que participaram no focus group olham para este tipo de aplicações. Enquanto para os intervenientes de nacionalidade portuguesa, aplicações como o Tinder são levadas com algum cuidado, tratando-se ainda de um assunto tabu, os intervenientes da nacionalidade brasileira têm um total à-vontade falar sobre as suas experiências. Por outras palavras, os intervenientes brasileiros vêem as aplicações de online dating como uma forma de socializar, tal como as redes sociais, como Facebook ou Instagram. Há uma necessidade de encontrar uma pessoa do outro lado que queira ter uma conversa, procurando sempre a concretização de uma amizade. Por outro lado, os participantes portugueses, confidenciam que apenas instalam as aplicações de forma a “ver quem mais utiliza estas apps”, considerando-as um passatempo.

A segunda parte da investigação, consistiu na realização de um inquérito online. A amostra é constituída por cerca de 55% de indivíduos do género feminino e por cerca de 45% de indivíduos do género masculino.

De forma a entender melhor as principais razões do uso das aplicações de Online Dating, foi efetuado um cruzamento com a nacionalidade do respondente. Assim, verificámos que os inquiridos de nacionalidade brasileira utilizam estas aplicações como uma “ocupação/distração”, enquanto os respondentes de nacionalidade portuguesa se dividem entre “diversão” e “ocupação/distração”, como os principais motivos que justificam a utilização deste tipo de aplicações. É possível verificar também que o “prazer” tem uma importância relativamente baixa para todos os inquiridos.

Por último, é possível indicar que o género feminino atribui uma importância maior aos relacionamentos durante a pandemia, ou seja, para as mulheres inquiridas houve durante o isolamento, um acréscimo na valorização dos relacionamentos. Em contrapartida, os inquiridos do sexo masculino tendem a ter um equilíbrio maior entre níveis de importância de um relacionamento. Ainda sobre a mesma questão “A importância aos relacionamentos”, houve um total de 135 respostas alcançadas, equivalendo-se a 74 ao género feminino e 60 ao masculino. Totalizando os dois géneros, foi possível conseguir 88 respostas positivas, ou seja, dos 135 inquiridos, 88 dão/davam importância aos relacionamentos. Em modo de conclusão acerca da importância dos relacionamentos, consegue-se alcançar que no que diz respeito ao online dating, o género feminino dá maior importância ao conceito de relação, com um total de 49 respostas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em jeito de conclusão, é possível destacar que a aplicação mais utilizada a nível geral pelos participantes foi o Tinder. Os indivíduos de nacionalidade brasileira descrevem as aplicações de relacionamento como uma rede social como as outras, ao passo que os portugueses ainda são um pouco reticentes para caracterizar este tipo de aplicações. Destaca-se também que, no geral, os participantes obtiveram boas experiências no online dating, inclusivamente foi testemunhado que em alguns casos essas experiências resultaram num relacionamento. Em termos de idades, pode constatar-se que as faixas etárias mais jovens utilizam este tipo de plataformas para procurar diversão e conhecer as pessoas sem compromisso, enquanto as faixas etárias mais velhas procuram algo mais sério. Relativamente ao uso destas plataformas, verificou-se um aumento durante o início da pandemia, por diversos motivos. Distração, carência, curiosidade, conhecer pessoas novas, foram os principais motivos para o uso destas aplicações de relacionamento.

Através da amostra recolhida, observou-se que o género feminino é o que mais utiliza as aplicações de online dating. Mais uma vez é notório que a aplicação com mais utilizadores na amostra é o Tinder. A diversão foi o motivo mais destacado no diz respeito à razão da sua utilização. A maioria dos inquiridos referiu que já se tinha encontrado com alguém que conheceu e que a experiência foi agradável.

De forma a concluir, Sepúlveda et al., (2021) realçam que no círculo do online dating é imprescindível inquirir mais informação acerca dos relacionamentos e comunicação, comportamentos que têm como base as plataformas digitais e por fim um equilíbrio entre o que sabem acerca das aplicações e aquilo que menos sabem.

Autonomamente das plataformas, que crescem em número e variedade, existem pontos comuns entre si. Os imperativos das plataformas digitais de relacionamento acabam por ser iguais aos pressupostos das redes sociais, isto é, precisão da criação de um perfil, a visualização e perceção de perfis de outros utilizadores e hipótese de maior conhecimento mais sobre estes, acerca de informação partilhada ou de comunicação instituída, logrando essa relação (comunicação) mediada passar do ambiente online para o offline. Os mesmos autores (Sepúlveda et al., 2021) abordam que as aplicações de online dating têm sempre algo em comum, neste caso quem as utiliza que passa pelo facto de possuir o desejo de construir relações ou ligações com outras pessoas, sabendo que o objetivo é a satisfação das necessidades.

6. LIMITAÇÕES

No decorrer da sessão online, verificámos que houve algumas limitações no sentido em que em alguns momentos os intervenientes participavam ao mesmo tempo, dificultou a comunicação entre eles, não permitindo que finalizassem o respetivo raciocínio. Algo que seria superado através da realização de um Focus Group de cariz presencial.

Uma das limitações que se averiguou foi que ainda não existem muitos estudos em Portugal para fundamentar o presente artigo.

No que diz respeito ao estudo qualitativo, por motivos de tempo e custos associados, a amostra foi extraída de forma não probabilística, o que não permitiu inferir conclusões sobre a população. Seria importante validar estes resultados através de um estudo mais robusto em termos metodológicos.

A amostra como não é significativa, não é possível referir que por exemplo é o género feminino com mais presença nas aplicações de online dating, do que os homens. Desta forma, sugere-se um novo estudo sobre a mesma temática, mas com uma amostra significativa de forma a concluir conclusões bem referenciadas.

Realçar que por fim através da nossa amostra foi possível averiguar que 61.9% das pessoas que utilizam aplicações de online dating, mais de metade da amostra recolhida possuem um grau de licenciatura, desta forma a nossa sugestão seria a produção de um novo estudo sobre os fatores para este dado estatístico (61.9%)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, M., Vogels, E. A., & Turner, E. (2020). The virtues and downsides of online dating. *Pew Research Centre*, 6, 2020. www.pewresearch.org.
- Duguay, S. (2017). Dressing up Tinderella: interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information Communication and Society*, 20(3), 351–367. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1168471>
- Duguay, S., Dietzel, C., & Myles, D. (2022). The year of the “virtual date”: Reimagining dating app affordances during the COVID-19 pandemic. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211072257>
- Lingel, J., & Golub, A. (2015). In Face on Facebook: Brooklyn’s Drag Community and Sociotechnical Practices of Online Communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 536–553. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12125>
- Oliveira da Silva Junior, A. (2021). “E Vamos De Webnamoro!”: (Re)Aprendizagens Amorosas/Sexuais Em Tempos De Covid-19 No Tinder. *Comunicologia - Revista de Comunicação Da Universidade Católica de Brasília*, 14(1), 140. <https://doi.org/10.31501/comunicologia.v14i1.12796>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media and Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Selltiz, C. (2017). *O estabelecimento de categorias*.
- Sep, R., & De, M. C. J. (2020). *INFLUÊNCIA DA PANDEMIA COVID-19 NAS PLATAFORMAS DE ONLINE DATING : ESTUDO DE CASO DO FELIZES . PT. 0–12*.
- Sepúlveda, R., Crespo, M., & Vieira, J. (2021). Online dating in times of COVID-19: Usage practices and communicational dynamics in forced transformation | Online dating em tempos de COVID-19: Práticas de uso e dinâmicas comunicacionais em transformação forçada. *Observatorio*, 2021, 056–075.
- Sepúlveda, R., & Vieira, J. (2020). Motivações para o uso de aplicações de online dating no contexto português: a relevância dos turning points. *Análise Social, LV(2)*, 300–330. <https://doi.org/10.31447/as00032573.2020235.04>
- Veríssimo, J. C. (2019). *Veríssimo, J. C. (2019). O Online Dating e a Formação da Identidade Digital*.
-