



**INGRYD MONALISA RODRIGUES DE OLIVEIRA**

**COMETIMENTO DE ENGAÑO EM RELACIONAMENTOS ONLINE**

**FORTALEZA**

**2022**

**INGRYD MONALISA RODRIGUES DE OLIVEIRA**

**COMETIMENTO DE ENGAÑO EM RELACIONAMENTOS ONLINE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito à obtenção do título de Bacharel  
em Psicologia pela Faculdade Ari de Sá.

Orientadora: Profa. Dra. Glysa de Oliveira  
Meneses

Aprovado(a) em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Glysa de Oliveira Meneses  
Faculdade Ari de Sá

---

Prof. Me. Leonardo Carneiro Holanda  
Faculdade Ari de Sá

---

Prof. Me. Sophia Lóren de Holanda Sousa  
Faculdade Princesa do Oeste

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Faculdade Ari de Sá  
Gerada automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

O48c Oliveira, Ingrid Monalisa Rodrigues de .  
COMETIMENTO DE ENGANO EM RELACIONAMENTOS ONLINE / Ingrid Monalisa Rodrigues  
de Oliveira. – 2022.  
34 f.

Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade Ari de Sá, Curso de Psicologia, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Profa. Dra. Glysa de Oliveira Meneses.

1. Relacionamentos on-line. 2. Engano. 3. Relacionamento amoroso. 4. Dirty Dozen Dark Triad. I.  
Título.

CDD 150

---

## COMETIMENTO DE ENGAÑO EM RELACIONAMENTOS ONLINE

Ingryd Monalisa Rodrigues de Oliveira

Profa. Dra. Glysa de Oliveira Meneses

### RESUMO

Com a expansão da forma de se relacionar, observa-se que foram criadas inúmeras plataformas com o objetivo de pessoas trocarem mensagens online na busca pelo parceiro “perfeito”, em diferentes lugares, com diferentes culturas e objetivos, em busca de encontrar parceiros amorosos, essa escolha é feita através de uma breve leitura de informações e com a visualização de imagens em um perfil, porém como a internet possibilita o anonimato, é muito difícil perceber se a pessoa com que se está trocando mensagens é real ou está falando a verdade sobre determinadas características suas, assim facilitando o engano nesses ambientes. O engano aqui pode ser desde modificação dos seus dados pessoais, até características físicas, fazendo assim, uma autoapresentação moldada para que seu perfil fique o mais atrativo possível para os outros usuários, variando os objetivos dos perpetradores quando se cria um perfil. Assim, a presente pesquisa teve como objetivo compreender o papel de fatores da personalidade, gênero e autoestima para o cometimento do engano em relacionamentos amorosos online, visto que é um assunto de grande impacto, tanto para os perpetradores, quanto para as vítimas. O presente estudo se pautou em um delineamento correlacional, do tipo *ex post facto*, onde as variáveis de interesse foram os fatores de personalidade, operacionalizados a partir do construto Dark Triad, gênero e autoestima como fatores relacionados ao cometimento de engano em relacionamentos amorosos online. Contou-se com uma amostra de 163 participantes que responderam a um questionário informatizado composto pelas seguintes medidas: Questionário sociodemográfico, Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR-10), Dirty Dozen Dark Triad e Escala de Engano em Interações Amorosas Online. Através dos dados obtidos não houveram correlações significativas entre engano e as variáveis estabelecidas para este estudo, por outro lado, os dados ajudaram a perceber que outros fatores podem estar envolvidos no contexto nacional, já que a psicopatia foi a que mais se mostrou correlacionar com a propensão ao engano, fazendo-se necessário pesquisas nacionais, já que na literatura foram encontrados bastante textos internacionais. Espera-se que essa pesquisa contribua com o desenvolvimento de pesquisas que envolvam o engano, a forma como afeta as vítimas e os perpetradores, a partir do aprofundamento da compreensão acerca do cometimento de engano em relacionamentos online.

**Palavras-chave:** Relacionamentos on-line; Engano; Relacionamento amoroso; Dirty Dozen Dark Triad.

## ABSTRACT

With the expansion of the way of relating, it is observed that numerous platforms were created with the objective of people exchanging messages online in the search for the “perfect” partner, in different places, with different cultures and objectives, in search of finding loving partners, this choice is made through a brief reading of information and the visualization of images in a profile, however, as the internet allows anonymity, it is very difficult to understand if the person with whom you are exchanging messages is real or is speaking the truth about certain of its characteristics, thus facilitating deception in these environments. The mistake here can range from modifying your personal data, to physical characteristics, thus creating a self-presentation shaped so that your profile is as attractive as possible to other users, varying the goals of the perpetrators when creating a profile. Thus, the present research aimed to understand the role of personality, gender and self-esteem factors in the commission of deceit in online romantic relationships, since it is a subject of great impact, both for the perpetrators and for the victims. The present study was based on a correlational design, of the ex post facto type, where the variables of interest were personality factors, operationalized from the Dark Triad construct, gender and self-esteem as factors related to the commission of deceit in online romantic relationships. There was a sample of 163 participants who answered a computerized questionnaire consisting of the following measures: Sociodemographic questionnaire, Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR-10), Dirty Dozen Dark Triad and Cheating Scale in Online Loving Interactions. Through the data obtained, there were no significant correlations between deceit and the variables established for this study, on the other hand, the data helped to perceive that other factors may be involved in the national context, since psychopathy was the one that most correlated with the prone to deceit, making national research necessary, since a lot of international texts were found in the literature. It is hoped that this research will contribute to the development of research involving deception, the way it affects victims and perpetrators, from the deepening of understanding about the commission of deception in online relationships.

**Keywords:** Online relationships; Mistake; Love relationship; Dirty Dozen Dark Triad.

## INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia, as maneiras de contato entre as pessoas evoluíram, sendo possível se relacionar de forma amorosa pela Internet. Na indústria de ganhos na internet, o ambiente de namoro online é a quarta maior, gerando US \$957 milhões em 2008, ficando atrás somente de jogos de azar online, música digital e videogames, enfatizando, assim, a importância de se falar sobre esse assunto (REGE, 2009). Isso indica a necessidade de pensar nas diferentes possibilidades de vantagens e desvantagens que esse acesso rápido e fácil proporciona aos indivíduos.

Com a expansão do desenvolvimento de ferramentas online, observa-se que foram criadas inúmeras plataformas, cujo intuito é o de permitir que pessoas criem perfis pessoais, os quais, por sua vez, fornecem a possibilidade de buscar, remotamente, de forma síncrona ou assíncrona, parceiros amorosos. Esses potenciais parceiros podem estar em diferentes lugares, possuem gostos distintos, objetivos de relacionamento variados e diferentes características físicas. Desse modo, essas plataformas auxiliam na busca pelo parceiro “perfeito”, viabilizando, inclusive, o desenvolvimento de uma apresentação de si mesmo a partir de informações compreendidas como mais importantes e atraentes para outros usuários ao acessarem aquele perfil (SOUSA, 2020).

Assim, a forma de se relacionar virtualmente tem se mostrado atrativa e cheia de possibilidades, que envolvem desde os inúmeros sites de namoro até as infinitas opções de escolha do parceiro(a). Isso ocorre através de diferentes funcionalidades de aplicações online, desenvolvidas com o intuito de que os seus usuários compartilhem informações que se julgam relevantes para chamar atenção de parceiros em potencial. Nessa direção, o processo de escolha é feito a partir de uma breve leitura de informações disponibilizadas em um perfil, bem como por algoritmo matemático que compara os seus interesses com um outro usuário, facilitando a sua busca e apresentando imagens de perfis dos outros participantes do aplicativo (FINKEL *et al.*, 2012). Porém, essas facilidades e a vasta disponibilidade de informações não necessariamente asseguram que as informações ali dispostas são totalmente verdadeiras e que coincidem com a realidade do usuário de cada perfil.

A pandemia fez com que as pessoas refletissem para a importância de se relacionar amorosamente, com isso, o fator solidão, o qual teve um aumento no período pandêmico (ALVES, 2020), deve ser levado em consideração. Nesse contexto, o número alto de usuários em sites e aplicativos de relacionamentos, principalmente na pandemia, instigam a importância

de entender quais processos estão envolvidos na procura por um parceiro amoroso a partir do contexto virtual.

Sabe-se que, em busca de oferecer um perfil mais atrativo, usuários de sites de relacionamentos usam uma autoapresentação moldada no que, segundo eles, pode chamar mais a atenção de determinados companheiros em potencial, o que acaba levando a uma alteração nos seus aspectos reais, sendo considerada como uma forma de engano e possível de causar prejuízos afetivos (TOMA; HANCOCK, 2010). O engano, aqui, pode ser considerado a partir de uma adulteração de suas qualidades pessoais, interesses ou aparência (DROUIN *et al.*, 2016).

Deve-se levar em consideração que esse processo de modificação na apresentação de dados pessoais, em geral, para conseguir atingir um padrão tido como desejável, variando desde uma omissão até mesmo uma alteração em diferentes pontos do seu perfil, a exemplo de informações físicas, como altura e peso, já é considerado como um engano (MCCORNACK; LEVINE, 1990; SHARABI; CAUGHLIN, 2019). Esse tipo de comportamento enganoso pode ser direcionado para diferentes tipos de ganhos, materiais ou psicológicos/emocionais, satisfazendo desejos pessoais ou financeiros, afetando a vítima negativamente (COLUCCIA *et al.*, 2020).

O endosso a esses enganos pode causar consequências negativas muito maiores do que se possa imaginar, principalmente para as vítimas que são afetadas tanto de forma financeira, quanto emocional. No caso de engano em um relacionamento online, algumas vezes, o fator emocional é sentido numa proporção muito maior do que a perda financeira, até mesmo os que não tiveram nenhum tipo de prejuízo financeiro, alegam um sofrimento psicológico intenso, visto que, além de vergonha e de falta de compreensão da família, as vítimas perdem a confiança em interagir virtualmente, apresentam uma baixa autoestima e são bastante atingidas nas suas relações sociais (BUCHANAN; WHITTY, 2016).

Cerca de 63% das vítimas são mulheres, com uma média de idade de 50 anos. De acordo com a *Action Fraud*, as mulheres perdem duas vezes mais do que os homens (BBB NEWS, 2019), isso porque existe uma pressão social que envolve os fatores relacionais, especialmente para as mulheres. Nessa direção, é difundida uma ilusão de que elas precisam de um provedor para lhes proporcionar a “felicidade” completa, cultura essa que é incentivada desde muito cedo, por família, amigos, ambientes virtuais e pela sociedade (CARVALHO, 2019). Além disso, a identificação do engano que ocorre na internet ainda é significativamente pouco frequente, pois muitas das vítimas ficam com vergonha de denunciar ou nem percebem que foram enganadas (BUCHANAN; WHITTY, 2016).

Com efeito, a vítima já se sente emocionalmente desgastada, pois o envolvimento emocional é uma das primeiras estratégias utilizadas pelos perpetradores como uma forma de ganhar confiança e diminuir as defesas do outro de forma gradual, para que assim consiga tirar proveito da vítima. Além disso, as consequências negativas para os usuários que cometem engano ou algum golpe em sites de relacionamentos são baixas, isto é, quando se chega a ter algum tipo de punição. Os usuários assumem pseudônimos, o que dificulta saber quem é o real enganador, o número de denúncias é baixo, pois as vítimas podem manifestar sentimento de vergonha ou ter algum outro tipo de desconforto, além de existir a possibilidade da existência de vários perpetradores utilizando o mesmo perfil para se relacionar (REGE, 2009).

No ambiente online é possível usar o anonimato, o qual se apresenta como aspecto relevante na dificuldade de identificação do engano e de reconhecer quem é o perpetrador. Sob uma perspectiva anônima, as pessoas podem ser quem elas quiserem, por meio de uma construção de imagem feita especificamente para cada rede social, moldando sua personalidade em busca de aceitação e o afastamento de julgamentos por parte de outros usuários (COLUCCIA *et al.*, 2020), o que dificilmente poderia acontecer em relacionamentos construídos diretamente face-a-face.

Nesse sentido, o anonimato nesses ambientes virtuais possibilita que pessoas tenham atitudes ofensivas e de autoapresentação baseadas em interesses próprios (OLIVEIRA, 2020). A capacidade de se manter anônimo é um fator que influencia os perpetradores à propensão a cometerem ações enganosas no contexto online; além disso, os próprios sites de namoros sugerem a seus usuários que desenvolvam perfis mais atraentes, com a finalidade de buscar a atenção de outrem. Assim, alguns usuários dizem estar cientes das mentiras envolvidas nesses ambientes, mas argumentam que o contexto online é uma fantasia e você pode deixar de lado sua vida real (DROUIN *et al.*, 2016).

Nessa direção, o uso da imagem é algo bastante valorizado em *sites* de relacionamentos, uma vez que a atratividade física é um critério importante para as escolhas no ambiente virtual (TOMA *et al.*, 2010). O fato de existir a possibilidade de alterações na forma de apresentar-se a outros faz com que a autoapresentação dos usuários seja feita pouco a pouco, até se tornar “perfeita”, com a finalidade de chamar a atenção do público desejável nos sites de relacionamentos (MOSLEY *et al.*, 2020).

Esse processo de modificação, segundo Toma et al. (2010), é chamado de assincronicidade, de modo que o intervalo de tempo entre a criação do perfil e a publicação online são quase ilimitadas. Nesse caso, ainda de acordo com os autores, o usuário consegue ir modificando as informações de forma indefinida, construindo uma autoapresentação cuidadosa

e considerando os aspectos necessários para o processo de conquista, ponto esse que não é possível fazer em um encontro pessoalmente, já que a autoapresentação acontece de forma síncrona na interação.

Nesse sentido, a autoestima é uma variável importante a ser comentada para prática do engano em sites de relacionamento virtuais, o conceito de autoestima refere à totalidade de crenças do indivíduo sobre si mesmo, isto é, sua autopercepção global, que muitas das vezes é baseada a partir das interações sociais. Interações essas que fazem um papel importante na construção do eu, uma vez que os humanos são seres relacionais que buscam um contato com o outro a todo momento e uma aprovação externa, fazendo com que, isso interfira positivamente ou negativamente na sua autoestima (NATIVIDADE, 2019).

Adicionalmente, a literatura mostra aspectos relacionados à autoestima e à solidão como alguns dos motivos que levam os usuários a modificarem os seus perfis e mentirem em diferentes aspectos (OROSZ *et al.*, 2018). Segundo essas pessoas, as informações reais nem sempre são tão atrativas e interessantes para se conseguir um relacionamento. Assim, com a possibilidade de modificação das informações proporcionada pela assincronicidade do ambiente virtual, observa-se que, a partir de alguns ajustes do que eles consideram que seria o “ideal” para alcançar um “*match*”, o número de retornos foi muito maior do que quando o perfil foi construído com informações puramente reais, reforçando assim a ideia de que a modificação proporciona o aumento da atratividade (MCCORNACK; LEVINE, 1990; SHARABI; CAUGHLIN, 2019).

A sensibilidade à rejeição também é um fator que está ligado à autoestima. Pressupõem-se que indivíduos que apresentam uma certa sensibilidade à rejeição têm uma maior tendência a se envolver em relacionamentos online. Infere-se que, em decorrência do ambiente online permitir que as informações a respeito de si sejam selecionadas, isso possivelmente reduz a rejeição do outro, uma vez que e torna sua imagem mais apresentável, podendo apresentar melhor seu “eu”, acreditando assim que, no ambiente presencial, essa não seria uma possibilidade (HANCE *et al.*, 2017).

Aspectos relacionados ao gênero também estão envolvidos nessa propensão ao cometimento do engano. Dados de pesquisas mostram que homens têm uma maior tendência a mentir em pontos relacionados a bens materiais, objetivos do relacionamento e atributos pessoais, enquanto as mulheres mentem mais em aspectos relacionados ao peso (VERÍSSIMO, 2019). Além disso, os homens se mostram mais abertos a falsear informações do que as mulheres, em prol de conseguir alcançar os objetivos desejados dentro do relacionamento online (HALL *et al.*, 2010).

Na tentativa de compreender o cometimento do engano no contexto amoroso virtual, os fatores relacionados à personalidade são um importante tópico a ser analisado. A *Dark Triad* ou tríade sombria da personalidade, composta por narcisismo, maquiavelismo e psicopatia, parece ser um construto interessante nesse processo de análise do perpetrador, principalmente os aspectos relacionados ao narcisismo (MEDEIROS, 2017). Segundo o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, em sua quinta edição (DSM-V; AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014), o narcisismo é um transtorno de personalidade marcado por variações e sentimento de grandiosidade na autoestima, necessitando de constante atenção e busca de aprovação, já a psicopatia se refere ao comportamento antissocial e a redução do remorso. Por fim, o maquiavelismo, que está mais relacionado à apresentação de comportamentos manipuladores e enganadores, é o único dos três construtos que não se configura como um transtorno da personalidade (GOUVEIA *et al.*, 2016).

O narcisismo é marcado por variações e vulnerabilidades na autoestima que, em busca de regulações, necessita de constante atenção e busca de aprovação, além disso a psicopatia pode ser entendida como a interação de três dimensões: desinibição, audácia e crueldade, assim pessoas com traços psicopatas tendem a ter um comportamento impulsivo, podendo resultar em condutas frias e insensíveis, com falta de empatia e remorso, já no maquiavelismo, pessoas com alto índices tendem a ter comportamentos manipuladores e enganadores, utilizados esses comportamentos para alcançar determinados fins, em benefício de si próprio, por isso eles são é importante para avaliar o cometimento do engano (MONTEIRO, 2017).

A partir das informações apresentadas, justifica-se a realização do presente estudo, visando atingir o objetivo de compreender o papel de fatores da personalidade, gênero e autoestima para o cometimento do engano em relacionamentos amorosos online, visto que é um assunto de grande impacto, tanto para os perpetradores, quanto para as vítimas. Adicionalmente, verifica-se uma escassez de pesquisas no que se refere à essa temática em contexto brasileiro, indicando-se a necessidade de construir propostas cientificamente embasadas para a conscientização da população acerca das características e consequências possíveis do engano em relacionamentos virtuais.

## **METODOLOGIA**

### ***Delineamento***

O presente estudo se pautou em um delineamento correlacional, do tipo *ex post facto*, onde as variáveis de interesse foram os fatores de personalidade, operacionalizados a partir do construto *Dark Triad*, gênero e autoestima como fatores relacionados ao cometimento de engano em relacionamentos amorosos online.

### ***Participantes***

Contou-se com a participação de 163 pessoas, com idades variando entre 18 e 55 anos ( $M = 25,95$ ;  $DP = 5,88$ ), a maioria do estado do Ceará (61,7%), identificando-se como mulher (79%), em sua maioria brancas (53,7%) e solteiras (85,3%). A maioria das participantes afirmou não estar em um relacionamento (41,7%) ou namorando (30,7%), ser heterossexual (57,7%), não possuir religião (46,6%) ou de religião católica (30,4%), com ensino superior incompleto (43,6%) e a renda de 4-10 salários-mínimos (31,9%).

As participantes, em sua maioria, afirmam buscar de forma ativa interações com propósitos amorosos on-line, avaliando a frequência da busca como nada frequente (28,8%) ou pouco frequente (27%), relatando que a busca havia acontecido mais de 20 vezes (27,6%), e se utilizando, para isto, a plataforma digital *Tinder* (44,3%) ou *Instagram* (32,3%). Destas, a maioria afirma não ter um objetivo principal para tais interações (43,6%), de forma que, no início destas, costuma-se que outros busquem iniciar a conversa (60,7%). Além disso, a maioria das participantes afirmam ter buscado virtualmente um relacionamento amoroso tanto antes quanto após o início do período pandêmico da COVID-19 (56,2%).

Em sua maioria, as participantes consideram plataformas digitais mais ou menos confiáveis para a busca de relacionamentos amorosos (58,3%), apontando o tempo de conversa como fator muito importante para considerar um encontro pessoalmente com um(a) possível parceiro(a) amoroso(a) que conheceu por meio de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento (57,7%). Ademais, em sua maioria, as participantes da pesquisa afirmaram já ter encontrado pessoalmente algumas vezes pessoas que conheceram on-line (60,1%).

## ***Instrumentos***

As participantes responderam as seguintes medidas para avaliar as variáveis de interesse da presente pesquisa, a saber:

a. *Dirty Dozen Dark Triad* (DD; JONASON; WEBSTER, 2010) (ANEXO B). Esta escala foi adaptada e validada originalmente por Gouveia et al., (2016) para o português brasileiro. A DD é um instrumento breve, composto por 12 itens que avaliam traços de Psicopatia, Maquiavelismo e Narcisismo. No estudo original, a consistência interna (alfa de Cronbach) das escalas do instrumento se mostrou aceitável, entre 0,78 (Maquiavelismo) e 0,83 (Narcisismo). Os itens são respondidos em uma escala Likert, cujas possibilidades de respostas variam de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) (MEDEIROS, 2017). Na presente pesquisa, os valores de alfa variaram entre 0,65 para Psicopatia e 0,80 para Narcisismo.

b. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR-10) (ROSENBERG, 1989) (ANEXO A). Esta escala foi adaptada e validada originalmente por Hutz (2000) para o português brasileiro. Consiste em uma medida unidimensional e permite avaliar a autoestima global. É composta por 10 afirmações, relacionadas a um conjunto de sentimentos de autoestima e autoaceitação. Os itens são respondidos em uma escala tipo Likert de 4 pontos, variando entre 3 (concordo totalmente) e 0 (discordo totalmente) A consistência interna da escala, avaliada por meio do alfa de Cronbach foi de 0,90 (HUTZ; ZANON, 2011). Nesta pesquisa, o coeficiente de consistência interna obtido foi de  $\alpha = 0,83$ .

c. *Escala de Engano em Interações Amorosas Online*: Versão elaborada para a presente pesquisa, com o intuito fornecer uma visão acerca do comportamento enganoso e da vitimização por engano em relacionamentos no contexto virtual, em indivíduos adultos; os itens operacionalizam, portanto, as dimensões da autodescrição de diferentes possibilidades de cometer ou ser vítima de engano em contexto de relacionamentos online, bem como mensuram a aceitabilidade do comportamento de engano, relacionando estes com as possibilidades de ser enganado(a) durante o uso de aplicativos e/ou sites de relacionamento, bem como redes sociais, com o intuito de estabelecer relacionamentos amorosos virtualmente. Os participantes responderam a essa medida, indicando o quanto concordam com o comportamento descrito em cada item, utilizando, para tanto, uma escala Likert de 4 pontos: 1 = Discordo totalmente; 2 =

Discordo; 4 = Concordo; 5 = Concordo totalmente (APÊNDICE C). Os valores dos coeficientes de confiabilidade alfa de Cronbach para esta escala foram de 0,92 para o conjunto de itens que avaliam o comportamento enganoso, e de 0,84 para os itens que avaliam vitimização.

d. Questionário Sociodemográfico: Perguntas que investigam características da amostra, como idade, local de residência, estado civil, status de relacionamento, gênero, orientação sexual, religião, cor/raça, nível de escolaridade, renda mensal familiar, bem como questões acerca da busca por interações amorosas online, a exemplo da frequência do uso de redes sociais, sites e aplicativos de relacionamentos e o tipo de relacionamento buscado (curto ou longo prazo). (APÊNDICE A)

### ***Procedimentos***

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário informatizado, respondido individualmente, através da plataforma *Google Forms*, e sua divulgação ocorreu principalmente via redes sociais. A participação dos indivíduos na pesquisa se deu mediante a leitura prévia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (APÊNDICE B), no qual estes foram informados do caráter anônimo, sigiloso e voluntário da pesquisa e de que o participante teria a liberdade de desistir do estudo a qualquer momento sem qualquer tipo de ônus para ele. Indicou-se que, ao clicar no botão “próximo”, o participante concordaria em participar do estudo. Adicionalmente, o participante poderia fazer o download de uma cópia do TCLE para mantê-la em seus registros. O tempo médio de preenchimento do questionário foi de, aproximadamente, 20 minutos.

### ***Análises de dados***

Os dados coletados foram tabulados e analisados no software SPSS 21. Foram utilizadas estatísticas descritivas (medidas de tendência central e de dispersão) para caracterizar a amostra; teste t de Student, Análises de Variância (ANOVA), e correlações de Pearson para verificar o relacionamento entre as variáveis de interesse.

## RESULTADOS

Inicialmente, buscou-se verificar a presença de diferenças significativas entre participantes do sexo feminino e masculino, com o objetivo de comparar ambos os grupos quando relacionados ao cometimento de engano, maquiavelismo, psicopatia, narcisismo e autoestima. Para isto, foi realizado um teste t para amostras independentes.

Em média, os homens tiveram uma pontuação maior em relação ao cometimento de engano ( $M = 68,6$ ,  $DP = 16,7$ ), quando comparado ao grupo de mulheres ( $M = 62,0$ ,  $DP = 12,5$ ), sem, contudo, se tratar de uma diferença estatisticamente significativa [ $t(134) = 1,78$ ,  $p = 0,08$ ]. Em relação a autoestima, as médias se mostraram semelhantes entre o sexo masculino ( $M = 29,7$ ,  $DP = 7,59$ ) e o sexo feminino ( $M = 29,6$ ,  $DP = 5,00$ ), não sendo identificadas diferenças significativas [ $t(154) = 0,02$ ,  $p = 0,97$ ].

No tocante à variável maquiavelismo, não foram observadas diferenças estatisticamente significativas entre homens ( $M = 8,56$ ;  $DP = 0,70$ ) e mulheres ( $M = 7,57$ ;  $DP = 3,01$ ) [ $t(158) = 1,29$ ,  $p = 0,20$ ], e, da mesma forma, também não foram verificadas diferenças de média estatisticamente significativas entre homens ( $M = 12,1$ ;  $DP = 4,60$ ) e mulheres ( $M = 11,3$ ;  $DP = 3,80$ ) quando à variável Narcisismo [ $t(156) = 0,97$ ,  $p = 0,33$ ]. Apenas em relação à variável psicopatia foi observada uma diferença estatisticamente significativa [ $t(157) = 2,22$ ,  $p = 0,03$ ] entre as médias de homens ( $M = 8,62$ ;  $DP = 3,58$ ) e mulheres ( $M = 7,11$ ;  $DP = 2,71$ ). Os resultados estão apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 – Comparações de médias entre homens e mulheres nas variáveis de interesse

Variáveis	Grupos				Diferença de médias	t	p
	Homens (n=32)		Mulheres (n=128)				
	M	DP	M	DP			
<b>Engano</b>	68,6	16,7	62,0	12,5	6,57	1,78	0,08
<b>Maquiavelismo</b>	8,56	0,70	7,57	3,01	0,98	1,29	0,20
<b>Psicopatia</b>	8,62	3,58	7,11	2,71	1,50	2,22	0,03
<b>Narcisismo</b>	12,1	4,60	11,3	3,80	0,87	0,97	0,33
<b>Autoestima</b>	29,7	7,59	29,6	5,00	0,04	0,02	0,97

Fonte: Elaborada pela autora

Em seguida, foram realizadas análises de correlação de Pearson para observar as correlações existentes entre as variáveis em foco do presente estudo: cometimento de engano, maquiavelismo, psicopatia, narcisismo e autoestima. Os resultados estão indicados na Tabela 2.

Tabela 2 - Correlações entre engano, maquiavelismo, psicopatia, narcisismo e autoestima.

<b>Variáveis</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1. Engano</b>	1	-	-	-	-
<b>2. Maquiavelismo</b>	<b>0,33**</b>	1	-	-	-
<b>3. Psicopatia</b>	<b>0,29**</b>	<b>0,47**</b>	1	-	-
<b>4. Narcisismo</b>	<b>0,19*</b>	<b>0,46**</b>	<b>0,33**</b>	1	-
<b>5. Autoestima</b>	0,08	-0,13	-0,05	0,04	1

Nota: \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .

Fonte: Elaborada pela autora

Os resultados indicaram correlações positivas e significativas entre o cometimento de engano e maquiavelismo ( $r = 0,33$ ;  $p < 0,01$ ), psicopatia ( $r = 0,29$ ;  $p < 0,01$ ) e narcisismo ( $r = 0,19$ ;  $p < 0,05$ ). Em contrapartida, o cometimento de engano não se apresentou estatisticamente correlacionado à autoestima ( $r = 0,08$ ;  $p < 0,32$ ).

Mediante o objetivo de explorar diferenças relacionadas à variável frequência da busca ativa de interações amorosas on-line no que se refere ao engano, recorreu-se à análise de variância (ANOVA) para descobrir se existem diferenças entre as médias dos grupos. A partir dos resultados, foram observadas diferenças estatisticamente significativas entre os grupos no tocante ao cometimento de engano ( $F = 3,97$  e  $p = 0,004$ ). Após a realização de um teste post hoc de Tukey, observou-se que o nível muito frequente de busca ( $M = 76,70$ ;  $DP = 17,69$ ) se diferenciou dos níveis frequente ( $M = 60,64$ ;  $DP = 9,51$ ) ( $p = 0,02$ ), pouco frequente ( $M = 62,35$ ;  $DP = 11,21$ ) ( $p = 0,02$ ), e nada frequente ( $M = 60,36$ ;  $DP = 14,50$ ) ( $p = 0,005$ ).

## DISCUSSÃO

Com o avanço da tecnologia, as novas formas de se relacionar apresentaram um incremento. Ademais, no período pandêmico, os sites de relacionamentos tiveram uma busca considerável, como uma forma de fuga do isolamento, enfatizando a necessidade de contato entre as pessoas, mesmo que virtualmente. Mostrando-se atrativa e cheia de possibilidades, alguns pontos chamam a atenção para a criação de perfis os quais, muitas vezes, não condizem com a realidade (SOUSA, 2020). Portanto, variados estudos demonstraram como o cometimento do engano vem aumentando em sites de relacionamentos online.

Com isso, a presente pesquisa teve como objetivo compreender o papel dos fatores da personalidade, gênero e autoestima para o cometimento do engano em relacionamentos amorosos online. Dessa forma, inicialmente, buscou-se verificar possíveis diferenças entre homens e mulheres, uma vez que dados de pesquisas mostram que homens têm uma maior tendência a mentir em alguns pontos específicos, enquanto mulheres mentem mais em aspectos relacionados ao peso (VERÍSSIMO, 2019). Além disso, Hall et al. (2010) afirmam que os homens são mais abertos a falsear informações do que as mulheres, para buscar alcançar os objetivos desejados dentro de relacionamentos online.

Nessa mesma direção, buscou-se verificar a questão do gênero em relação ao cometimento do engano e à autoestima, assim, observou-se que os homens tiveram uma pontuação maior em relação a mulheres, quando se tratava do engano, não sendo, contudo, essa uma distância significativa. Já em relação a autoestima, as médias se mostraram semelhantes entre o sexo feminino e o masculino, também não havendo uma diferença significativa.

No tocante a esse tema, pode-se conjecturar para a existência de outros fatores que podem apresentar um papel importante no relacionamento entre essas variáveis. Um exemplo disso é a sensibilidade à rejeição, já que indivíduos que apresentam uma certa sensibilidade à rejeição tendem a modificar as informações reais quando se trata de se relacionar online, isso porque, o anonimato, nesses ambientes, facilita uma autoapresentação baseada no que o usuário acha mais atrativo, reduzindo uma possível rejeição do outro, ligando assim a autoestima com o comportamento enganoso (HANCE *et al.*, 2017).

Além disso, a literatura mostra aspectos relacionados à solidão como um dos motivos que fazem pessoas mentirem quando estão se relacionando online (OROSZ *et al.*, 2018). Isso porque elas perceberam que, quando se utilizam de informações verdadeiras do seu “eu”, não conseguem chamar tanta atenção, assim, modificam as informações para o que eles chamam de um perfil “ideal”, em busca de conquistar o outro. Como no ambiente virtual a

assincronicidade é algo possível, então isso facilita a modificação da informação real, sem que o outro saiba, aumentando o número de “*match*” (MCCORNACK; LEVINE, 1990; SHARABI; CAUGHLIN, 2019).

Adicionalmente, segundo Toma et al. (2010), a imagem é importante, sendo valorizada em sites de relacionamento, pois é o primeiro contato que os usuários têm para escolher a pessoa para uma conversa inicial, sendo ela apresentada logo no início, acompanhada de uma breve descrição. É então, nesse sentido, que as pessoas utilizam muito a imagem e a descrição dos perfis com a finalidade de atrair a atenção de potenciais parceiros.

Nesse sentido, é possível pensar que existam outras variáveis relacionadas a autoestima e a propensão ao cometimento de engano em relacionamentos online, visto que, a autoestima se refere à totalidade de crença do indivíduo sobre si, uma autopercepção que é baseada a partir das interações sociais, feita de opiniões e vivências, afetando positivamente ou negativamente a forma como o indivíduo se vê, buscando assim, uma aprovação externa (NATIVIDADE, 2019). É possível assim pensar que exista também um fator psicossocial, enfatizando que a literatura utilizada é em um contexto internacional, precisando assim demais pesquisas acerca dessa temática em um contexto nacional, para que se alcance outras variáveis.

Em seguida, às variáveis maquiavelismo e narcisismo, não foram observadas diferenças significativas entre homens e mulheres, porém, em relação à variável psicopatia foi observada uma diferença estatisticamente significativa entre os gêneros. Além disso, a partir de uma análise de correlação de Pearson, observou-se que os resultados tiveram correlações positivas e significativas entre o cometimento de engano, maquiavelismo, psicopatia e narcisismo.

O que esses construtos têm em comum, é que eles são componentes importantes no comportamento de mentir, pois a uma disposição para manipular, explorar, ter comportamento antissocial e redução de remorso, em busca, de tirar vantagens das outras pessoas (DSM-V; AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2014). Perceber e associar esses resultados com a busca em se relacionar por meio virtual, é importante para correlacionar as informações e entender melhor aspectos da personalidade.

Por fim, foi utilizado a análise de variância (ANOVA) com o objetivo de explorar diferenças relacionadas à variável frequência da busca ativa de interações amorosas on-line e o engano, em busca de descobrir se existia diferenças entre as médias dos grupos. Assim, foram observadas diferenças estatisticamente significativas entre os grupos no que se refere ao cometimento de engano. De modo geral, compreende-se que o engano mostrou significativo com algumas variáveis e outras não, assim é importante investigar quais as outras variáveis que perpassam o comportamento de engano em relacionamentos online, gênero, a autoestima e

Dark Triad, visto que, a literatura tinha muitos achados internacionais, porém é importante investigar os fatores no contexto brasileiro, em busca de correlacionar e entender melhor as suas diferenças.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O virtual existe seu lado positivo e seu lado negativo, vantagens e desvantagens, principalmente quando não se sabe usar da forma correta e responsável, quando se fala em busca por relacionamentos, a responsabilidade aumenta e os cuidados também. As pessoas estão cada vez mais interessadas pelo ambiente virtual para relacionamentos amorosos, tendo elas diferentes objetivos dentro dos sites de relacionamentos, existindo, assim, a possibilidade de enganar ou ser vítima de um engano em algum momento, pois ninguém está livre de ser afetado de alguma forma.

Assim, faz-se necessário buscar analisar os fatores envolvidos no engano e quais os impactos, psicológicos ou não, para as vítimas e as possíveis consequências para os perpetradores. Salienta-se que a literatura é ampla a nível internacional, enfatizando a escassez de pesquisas nacionais sobre um tema tão relevante e atual. Nesse sentido, os resultados da pesquisa apresentam divergências importantes em relação aos achados verificados na literatura internacional, sugerindo para a necessidade de repensar fatores e características estão implicadas no engano no contexto nacional.

Ademais, em termos de limitações, cabe salientar que a coleta de dados foi realizada em um período curto, tendo uma quantidade limitada da amostra. Assim, isso pode ter repercutido nos resultados de alguma forma, pesquisar sobre o comportamento de engano no contexto brasileiro, é uma forma de pensar como as pessoas podem ser afetadas por um assunto que vem crescendo.

Por fim, é fundamental salientar que fazer uma pesquisa é descobrir cada vez mais sobre as variáveis, além de compreender algumas características psicossociais sobre o tema que ainda não tinham sido pensadas. Espera-se ainda que esse estudo dê suporte ao desenvolvimento de pesquisas sobre o tema, buscando fazer uma comparação de vivências e culturas, com o objetivo de descobrir as diferentes formas com que elas são afetadas e como esse modo de se relacionar impacta nos relacionamentos amorosos, a partir do contexto online, considerando também outras variáveis para propiciar maior entendimento dos motivos que levam cada vez mais os indivíduos a buscar o ambiente virtual para se relacionar.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Midiam R. T. et al. IGT na Pandemia da COVID-19: Apoio psicológico on-line em grupos abertos IGT in the COVID-19 Pandemic: On-line psychologic support in open groups. **IGT na Rede ISSN 1807-2526**, v. 17, n. 32, p. Brasil-Brasil, 2020.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. DSM-V, Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. Porto Alegre: Artmed, 2014.

ARCHER, Aaron K. " I Made a Choice": Exploring the Persuasion Tactics Used by Online Romance Scammers in Light of Cialdini's Compliance Principles. 2017.

BRANCO, Dácio Castelo; YUGE, Claudio. Estes são os principais riscos digitais de apps de namoro. **Canaltech**, 25 de set. de 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/seguranca/principais-riscos-de-apps-de-namoro-196781/#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20empresa,ativos%20por%20dia%20em%202020>. Acesso em: 22 de abri. de 2022.

BRASIL. **Ministério da Saúde**. Protocolo de Manejo Clínico da Covid-19 na Atenção Especializada. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2020/Abril/14/Protocolo-de-Manejo-Cl--nico-para-o-Covid-19.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2022.

BUCHANAN, Tom; WHITTY, Monica T. The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. **Psychology, Crime & Law**, v. 20, n. 3, p. 261-283, 2014.

BUIL-GIL, D.; ZENG, Y. Meeting you was a fake: investigating the increase in romance fraud during COVID-19. **Journal of Financial Crime**, v. 29, n. 2, p. 460-475, 2021.

CASTRO, M. G. D. O estabelecimento de relacionamentos amorosos online entre jovens adultos. 2017. 198 f. **Dissertação (Mestrado e, temas de Psicologia do Desenvolvimento)** - Universidade de Coimbra, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, Coimbra, 2017.

CARMEN, Gabriela Del. Apps de namoro crescem na pandemia; conheça os 7 melhores. **Forbes**, 11 de jun. de 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/06/apps-de-namoro-crescem-na-pandemia-conheca-os-7-melhores/>. Acesso em: 22 de abri. de 2022.

CARVALHO, Carolina Adolfo de et al. Do match ao date: a tensão entre o medo, o desejo e a vergonha em mulheres que buscam relacionamentos com homens pelo Tinder em Santa Maria-RS. 2019.

COLUCCIA, Anna et al. Online romance scams: relational dynamics and psychological characteristics of the victims and scammers. A scoping review. **Clinical practice and epidemiology in mental health: CP & EMH**, v. 16, p. 24, 2020.

DROUIN, M., Miller, D., Wehle, S. M., & Hernandez, E. (2016). Why do people lie online? "Because everyone lies on the internet. **Computers in Human Behavior**, 64, 134–142.

FINKEL, Eli J. et al; Online Dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. **Psychological science in the public interest**, v. 13, n. 1, p. 3-66, 2012.

HALL, Jeffrey A. et al. Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits. **Journal of Social and Personal Relationships**, v. 27, n. 1, p. 117-135, 2010.

HANCE, Margaret A.; BLACKHART, Ginette; DEW, Megan. Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites. **The Journal of social psychology**, v. 158, n. 4, p. 421-429, 2018.

HUTZ, Claudio Simon; ZANON, Cristian. Revisão da adaptação, validação e normatização da escala de autoestima de Rosenberg. **Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment**, v. 10, n. 1, p. 41-49, 2011.

GOUVEIA, Valdiney Veloso et al. Avaliando o lado sombrio da personalidade: evidências psicométricas do Dark Triad Dirty Dozen. **Revista Interamericana de Psicologia**, v. 50, n. 3, 2016.

GUEDES, D.; ASSUNÇÃO, L. Relações amorosas na contemporaneidade e indícios do colapso do amor romântico (solidão cibernética?). **Revista Mal-estar e Subjetividade**, v. 6, n. 2, p. 396-425, 2006.

JONASON, P. K. et al. What lies beneath the dark triad dirty dozen: varied relations with the big five. **Individual Differences Research**, v. 11, n. 2, 2013.

MCCORNACK, Steven A.; LEVINE, Timothy R. When lies are uncovered: Emotional and relational outcomes of discovered deception. **Communications Monographs**, v. 57, n. 2, p. 119-138, 1990.

MEDEIROS, Emerson Diógenes de et al. Dark Triad Dirty Dozen: avaliando seus parâmetros via TRI. **Psico-USF**, v. 22, p. 299-308, 2017.

MONTEIRO, Renan Pereira et al. Tríade sombria da personalidade: conceitos, medição e correlatos. 2017.

MOSLEY ET AL. Adult attachment and online dating deception: a theory modernized. **Sexual and Relationship Therapy**, 2020.

NATIVIDADE, Jean Carlos. **Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram: O impacto da comparação social e da personalidade**. 2019. Tese de Doutorado. PUC-Rio.

O “golpe do namoro virtual”: isso pode estar acontecendo com você!. **Psicologia viva**, 13 de mar. de 2020. Disponível em: <https://blog.psicologiviva.com.br/golpe-do-namoro-virtual/>. Acesso em: 23 de abri. de 2022.

OLIVEIRA, L. D. Reflexões jurídicas sobre anonimato, liberdade e vulnerabilidade da mulher nos aplicativos de relacionamento. **Revista Húmus**, v. 10, n. 29, p. 290-310, 2020.

OROSZ, G. et al. The personality, motivational, and need-based, background of problematic Tinder use. **Journal of behavioral addictions**, v.7, n. 2. p. 301-316, 2018.

PEACHEY, Kevin. Women 'victims in 63% of romance scams'. **BBC NEWS**, 10 de fev. de 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-47176539>. Acesso em: 22 de abri. de 2022.

PECHORRO, Pedro et al. Dirty Dozen: A concise measure of Dark Triad traits among at-risk youths. **Current Psychology**, v. 40, n. 7, p. 3522-3531, 2021.

REGE, Aunshul. What's Love Got to Do with It? Exploring Online Dating Scams and Identity Fraud. **International Journal of Cyber Criminology**, v. 3, n. 2, 2009.

ROSENBERG, M. (1989). Society and the adolescent self-image. **Revised edition**. Middletown, CT: Wesleyan University Press.

SHARABI, L. L.; CAUGHLIN, J. P. Deception in online dating: Significance and implications for the first offline date. **New Media & Society**, v. 21, n. 1, p. 229-247, 2019.

SOUSA, R. B. F. de; PRIMO, A. F. T. O flerte em serviços online de paquera. **Ânimus: revista interamericana de comunicação midiática**. Santa Maria, RS. Vol. 19, n. 41 (2020), p. 270-292, 2020.

TOMA, C. L.; HANCOCK, J. T. Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. **Communication research**, v. 37, n. 3, p. 335-351, 2010.

VERÍSSIMO, Juliane Corrêa. **O online dating e a formação da identidade digital**. 2019. Tese de Doutorado.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO

Agora, gostaríamos de saber alguns dados sobre você:

Idade:

Onde reside atualmente:

- Acre
- Alagoas
- Amapá
- Amazonas
- Bahia
- Ceará
- Distrito Federal
- Espírito Santo
- Goiás
- Maranhão
- Mato Grosso
- Mato Grosso do Sul
- Minas Gerais
- Pará
- Paraíba
- Paraná
- Pernambuco
- Piauí
- Rio de Janeiro
- Rio Grande do Norte
- Rio Grande do Sul
- Rondônia
- Roraima
- Santa Catarina
- São Paulo
- Sergipe
- Tocantins

Você se identifica como:

- Homem
- Mulher
- Não-binário
- Prefere não responder

Estado Civil:

- Solteira(o)
- União Estável
- Casada(o)
- Divorciada(o)
- Viúva(o)

Tipo de relacionamento:

- Sem relacionamento
- Namoro
- Noivado
- Relacionamento aberto
- Platônico
- Casamento/União Estável
- À distância
- Virtual
- Fica
- Pega
- Poliamor
- Outros

Orientação sexual:

- Heterossexual
- Homossexual
- Bissexual
- Assexual
- Pansexual
- Prefere não responder

Religião:

- Católica
- Protestante
- Espírita
- Umbanda
- Candomblé
- Budista
- Não possui
- Outros

Cor/raça:

- Branco
- Pardo
- Preto
- Amarela
- Indígena
- Outros

Nível de escolaridade:

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Pós-Graduado

Renda mensal familiar:

- Até 2 salários mínimos (menos de R\$2.090,00)
- 2-4 salários mínimos (R\$2.090,00 à R\$4.180,00)
- 4-10 salários mínimos (R\$4.180,00 à R\$10.450,00)
- 10-20 salários mínimos (R\$10.450,00 à R\$20.900,00)
- + de 20 salários mínimos (mais de R\$20.900,00)

Você busca, ou já buscou, de forma ativa, interações com propósitos amorosos em redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?

- Sim
- Não

Quanto você considera essa busca frequente?

- |                |                 |                         |           |                 |
|----------------|-----------------|-------------------------|-----------|-----------------|
| 1              | 2               | 3                       | 4         | 5               |
| Nada frequente | Pouco frequente | Mais ou menos frequente | Frequente | Muito frequente |

Quantas vezes você interagiu com propósitos amorosos em redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?

- Uma vez
- De 2 a 4 vezes
- De 5 a 7 vezes
- De 8 a 10 vezes
- Mais de 10 vezes
- Mais de 20 vezes

Já buscou interações com propósitos amorosos on-line em mais de uma plataforma digital?

- Sim
- Não

Qual a principal plataforma digital que você se utiliza para interagir amorosamente com outra(s) pessoa(s)?

Você considera que na maioria das interações:

- Você buscou iniciar uma conversa
- Buscaram iniciar uma conversa com você

Você considera que seu objetivo principal para essa interação costuma ser:

- Iniciar um relacionamento sério
- Sexo casual
- Encontros casuais
- Não tenho um objetivo predefinido

Você já buscou...	Sim	Não
iniciar um relacionamento sério através de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?	•	•
encontros casuais através de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?	•	•
sexo casual através de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?	•	•

Você já encontrou pessoalmente um(a) possível parceiro(a) amoroso(a) que conheceu por meio de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?

- Nunca encontrei pessoalmente pessoas que conheci online
- Encontrei pessoalmente com frequência pessoas que conheci online
- Encontrei pessoalmente algumas vezes pessoas que conheci online
- Sempre encontrei pessoalmente pessoas que conheci online

O quanto você considera o tempo de conversa um fator importante para considerar um encontro pessoalmente com um(a) possível parceiro(a) amoroso(a) que conheceu por meio de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento?

- |                 |     |     |     |                         |
|-----------------|-----|-----|-----|-------------------------|
| • 1             | • 2 | • 3 | • 4 | • 5                     |
| Nada importante |     |     |     | Extremamente importante |

O quanto você considera essas plataformas digitais confiáveis para a busca de relacionamentos amorosos?

- |                 |     |     |     |                         |
|-----------------|-----|-----|-----|-------------------------|
| • 1             | • 2 | • 3 | • 4 | • 5                     |
| Nada confiáveis |     |     |     | Extremamente confiáveis |

Você buscou interagir amorosamente por meio de redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento:

- Apenas antes da pandemia
- Somente após o início da pandemia
- Em ambos os períodos

Você considera que o seu uso de aplicativos de encontro/sexo durante a pandemia:

- Aumentou
- Não Alterou
- Reduziu

## **APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**

### **PESQUISA: A PROPENSÃO AO COMETIMENTO DE ENGANO EM RELACIONAMENTOS ONLINE.**

**Prezado (a) colaborador (a),**

Você é convidado (a) a participar desta pesquisa intitulada “**A PROPENSÃO AO COMETIMENTO DE ENGANO EM RELACIONAMENTOS ONLINE**”, que tem como intuito analisar os fatores relacionados ao surgimento de transtornos mentais comuns (ansiedade, depressão e estresse) em estudantes universitários durante a pandemia de COVID-19. Você não deve participar contra a sua vontade. Leia atentamente as informações abaixo e faça qualquer pergunta que desejar, para que todos os procedimentos desta pesquisa sejam esclarecidos.

- 1. PARTICIPANTES DA PESQUISA:** Pretende-se contar com uma amostra de conveniência (não probabilística) de, aproximadamente, 200 participantes, brasileiros, maiores de 18 anos, de qualquer identidade de gênero e orientação sexual. Adicionalmente, essas pessoas devem estar buscando ou já haver buscado, de forma ativa, interações com propósitos amorosos em redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento.
- 2. ENVOLVIMENTO NA PESQUISA:** Ao participar deste estudo, após o acesso da pesquisa pelo link, você deverá responder questionários que envolvem o tema estudado. Lembramos que você tem a liberdade de se recusar a participar e pode ainda deixar de responder o questionário, retirando o seu consentimento, em qualquer momento da pesquisa, sem nenhum prejuízo. Além disso, ainda tem o direito de ficar com uma das vias do termo de consentimento. Sempre que quiser você poderá pedir mais informações sobre a pesquisa. Para isso, poderá entrar em contato com a responsável pela pesquisa.
- 3. RISCOS E DESCONFORTOS:** A participação nesta pesquisa poderá acarretar o risco mínimo de algum constrangimento ou desconforto que algumas pessoas sentem quando estão fornecendo informações sobre si mesmas. Caso venha a ocorrer, o pesquisador se disponibilizará para a intervenção necessária junto ao participante. Os procedimentos utilizados nesta pesquisa seguem as normas estabelecidas pelas Resoluções nº 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde, e não oferecem risco à sua integridade física, psíquica e moral. Nenhum dos procedimentos utilizados oferece riscos à sua dignidade.
- 4. CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA:** Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Apenas os responsáveis pela pesquisa terão conhecimento das respostas, e seu nome não será usado em nenhum momento. Todos os dados serão

analisados em conjunto, garantindo o caráter anônimo das informações. Os resultados poderão ser utilizados em eventos e publicações científicas.

- 5. BENEFÍCIOS:** Ao participar desta pesquisa, você não deverá ter nenhum benefício direto. Entretanto, espera-se que está nos forneça dados importantes acerca de questões relacionadas às experiências vivenciadas.
- 6. PAGAMENTO:** Você não terá nenhum tipo de despesa por participar desta pesquisa. E nada será pago por sua participação. Entretanto, se você desejar, poderá ter acesso a cópias dos relatórios da pesquisa contendo os resultados do estudo.

Endereço da responsável pela pesquisa:

**Nome:** Glysa de Oliveira Meneses.

**Instituição:** Faculdade Ari de Sá

**Endereço:** Avenida Heráclito Graça, 826, Centro, Fortaleza – CE, CEP: 60140-060.

**Telefones para contato:** (85) 3077-9700

**ATENÇÃO:** Se você tiver alguma consideração ou dúvida, sobre a sua participação na pesquisa, entre em contato com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP SRTV 701, Via W 5 Norte, lote D - Edifício PO 700, 3º andar – Asa Norte CEP: 70719040, Brasília-DF. Telefone: (61) 3315-5877.

-----

## CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO SUJEITO

Tendo compreendido perfeitamente tudo o que me foi informado sobre a minha participação no mencionado estudo e estando consciente dos meus direitos, das minhas responsabilidades, dos riscos e dos benefícios que a minha participação implica, concordo em dele participar e para isso eu DOU O MEU CONSENTIMENTO SEM QUE PARA ISSO EU TENHA SIDO FORÇADO OU OBRIGADO.

Ao clicar no botão “**próximo**”, você confirma seu consentimento para a participação nesta pesquisa.

Você pode fazer o download da versão para impressão deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido clicando aqui, e guardar em seus arquivos uma cópia do documento eletrônico.

Nome do participante: \_\_\_\_\_

Nome do membro da equipe de pesquisa: \_\_\_\_\_

Local e Data: \_\_\_\_\_

Assinatura do participante responsável: \_\_\_\_\_

Assinatura do membro da equipe de pesquisa: \_\_\_\_\_

Assinatura da pesquisadora responsável: \_\_\_\_\_

## ANEXO A - ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

(HUTZ; ZANON, 2011)

**INSTRUÇÕES:** Leia cada frase com atenção e faça um círculo em torno da opção mais adequada.

<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

---

1. Eu sinto que sou uma pessoa de valor, no mínimo, tanto quanto as outras pessoas	1	2	3	4
2. Eu acho que eu tenho várias boas qualidades	1	2	3	4
3. Levando tudo em conta, eu penso que eu sou um fracasso	1	2	3	4
4. Eu acho que sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas	1	2	3	4
5. Eu acho que eu não tenho muito do que me orgulhar	1	2	3	4
6. Eu tenho uma atitude positiva com relação a mim mesmo	1	2	3	4
7. No conjunto, eu estou satisfeito comigo	1	2	3	4
8. Eu gostaria de poder ter mais respeito por mim mesmo	1	2	3	4
9. Às vezes eu me sinto inútil	1	2	3	4
10. Às vezes eu acho que não presto para nada	1	2	3	4

---

Observação: Os itens 3, 5, 8, 9 e 10 devem ser invertidos para calcular a soma dos pontos.

## ANEXO B - DIRTY DOZEN DARK TRIAD

(PECHORRO *et al.*, 2021)

**INSTRUÇÕES:** Leia cada frase com atenção e faça um círculo em torno da opção mais adequada.

<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

---

1. Tenho tendência a levar as outras pessoas a fazer o que eu quero.	1	2	3	4	5
2. Já enganei ou menti para obter o que eu queria.	1	2	3	4	5
3. Já elogiei pessoas para obter o que eu queria.	1	2	3	4	5
4. Tenho tendência a usar as outras pessoas em meu benefício pessoal.	1	2	3	4	5
5. Tenho tendência a não sentir remorsos ou arrependimento.	1	2	3	4	5
6. Tenho tendência a não me preocupar com o que é certo ou errado.	1	2	3	4	5
7. Tenho tendência a ser uma pessoa insensível ou fria.	1	2	3	4	5
8. Tenho tendência a não me importar com as regras e normas sociais.	1	2	3	4	5
9. Tenho tendência a querer que as outras pessoas sintam admiração por mim.	1	2	3	4	5
10. Tenho tendência a querer que as outras me prestem atenção.	1	2	3	4	5
11. Tenho tendência a querer ter prestígio ou estatuto social alto.	1	2	3	4	5
12. Tenho tendência a esperar que os outros me façam favores especiais.	1	2	3	4	5

---

## APÊNDICE C – ESCALA DE ENGAÑO EM INTERAÇÕES AMOROSAS ONLINE

### ESCALA DE ESCALA DE ENGAÑO EM INTERAÇÕES AMOROSAS ONLINE

**INSTRUÇÕES.** Por favor, leia cuidadosamente os itens abaixo. Usando a escala de resposta a seguir, indique o quanto você concorda ou discorda de cada uma das afirmações.

<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

- 1. É aceitável mentir em interações amorosas online para conquistar alguém.**
- 2. Considero que as pessoas contam mentiras quando estão flertando com outras pessoas online.**
- 3. Enganos em relacionamentos amorosos são inaceitáveis.**
- 4. É aceitável contar mentiras para impressionar alguém que estou flertando online.**
- 5. Já fui enganada por alguém, em algum aplicativo de relacionamento, enquanto flertava com ele.**
- 6. Acredito que já fui enganada por uma pessoa, em algum aplicativo de relacionamento, enquanto flertava com ela.**
- 7. Tudo bem mentir para alguém que estou flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento para não magoá-lo.**
- 8. Acredito que já fui enganada por uma pessoa, em alguma rede social, enquanto flertava com ela.**
- 9. Já fui enganada por alguém, em alguma rede social, enquanto flertava com ele.**
- 10. Tenho provas de que já me enganaram enquanto flertávamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.**
- 11. Tudo bem ser enganado em relação a características físicas por parte da pessoa que estou flertando virtualmente.**
- 12. Tudo bem ser enganado em relação ao peso por parte da pessoa que estou flertando virtualmente.**
- 13. Tudo bem ser enganado em relação a idade por parte da pessoa que estou flertando virtualmente.**
- 14. Já perdoei alguém que me enganou em uma interação amorosa online.**

15. Dentro de uma interação amorosa online, perdoaria alguém que me causou prejuízo emocional.
16. Dentro de uma interação amorosa online, perdoaria alguém que me causou prejuízo financeiro.
17. Eu já enganei uma pessoa, em alguma rede social, enquanto flertava com ela.
18. Eu já enganei uma pessoa, em algum aplicativo de relacionamento, enquanto flertava com ela.
19. Eu já enganei uma pessoa, em algum site de relacionamento, enquanto flertava com ela.
20. Tudo bem se eu mentir sobre o meu peso para alguém que estou flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
21. Tudo bem se eu mentir sobre a minha idade para alguém que estou flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
22. Tudo bem se eu mentir sobre a minha altura para alguém que estou flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
23. Tudo bem se eu mentir sobre o meu estado civil para alguém que estou flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
24. É aceitável que uma pessoa minta sobre seu peso para alguém que está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
25. É aceitável que uma pessoa minta sobre sua idade para alguém que está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
26. É aceitável que uma pessoa minta sobre sua altura para alguém que está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
27. É aceitável que uma pessoa minta sobre seu estado civil para alguém que está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
28. É melhor mentir do que machucar os sentimentos de outra pessoa que se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
29. É melhor uma pessoa mentir sobre algo que possa magoar meus sentimentos enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
30. Tudo bem mentir para receber elogios de outra pessoa que se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
31. Tudo bem uma pessoa mentir para me agradar enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.

32. Tudo bem mentir para agradar a outra pessoa enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
33. Tudo bem mentir para conquistar a outra pessoa enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
34. Tudo bem outra pessoa mentir para me conquistar enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
35. Tudo bem mentir para receber atenção de outra pessoa enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
36. É aceitável mentir para evitar perder a outra pessoa enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
37. É aceitável outra pessoa mentir para evitar perder minha atenção enquanto flertamos em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
38. Tudo bem mentir para evitar desapontar alguém que se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
39. Já menti para evitar o fim de um flerte em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
40. Busco flertar com um amigo (a) de uma amiga (a) em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
41. Busco flertar em ambientes virtuais com pessoas desconhecidas.
42. Busco flertar em ambientes virtuais com pessoas conhecidas.
43. Tudo bem flertar com mais de uma pessoa ao mesmo tempo em algum aplicativo de relacionamento.
44. Tudo bem flertar com mais de uma pessoa em alguma rede social.
45. Tudo bem flertar com mais de uma pessoa em algum site de relacionamento.
46. É aceitável mentir para conquistar algum bem material quando se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
47. É aceitável mentir para conquistar alguma vantagem financeira quando se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
48. É aceitável mentir para conquistar a pessoa desejada quando se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento.
49. Tudo bem enganar alguém que se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento para benefício de si próprio.
50. Tudo bem enganar alguém que se está flertando em uma rede social ou aplicativo de relacionamento para o benefício da outra pessoa.

- 51. É aceitável incluir informações falsas em um perfil em aplicativos de relacionamentos para proteger a si próprio.**
- 52. O anonimato facilita o engano nas redes sociais.**
- 53. O anonimato facilita o engano em aplicativo de relacionamento.**
- 54. O anonimato facilita o engano em site de relacionamento.**
- 55. Eu acredito que algum momento é preciso mentir em ambientes de relacionamentos amorosos online.**
- 56. Eu acredito que o engano em redes sociais ou aplicativos de relacionamento só se torna significativo quando existe perda material.**
- 57. Eu acredito que o engano em redes sociais ou aplicativos de relacionamento só se torna significativo quando existe perda financeira.**
- 58. Eu acredito que o engano em redes sociais ou aplicativos de relacionamento só se torna significativo quando traz prejuízos emocionais.**