



**CURSO DE PSICOLOGIA**

**BRENDA LETÍCIA DO NASCIMENTO LIMA**

**FATORES PSICOSSOCIAIS ASSOCIADOS À VITIMIZAÇÃO POR ENGAÑO EM  
RELACIONAMENTOS ON-LINE**

**FORTALEZA**

**2022**

**BRENDA LETÍCIA DO NASCIMENTO LIMA**

**FATORES PSICOSSOCIAIS ASSOCIADOS À VITIMIZAÇÃO POR ENGANO EM  
RELACIONAMENTOS ON-LINE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial 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)

---

L732f Lima, Brenda Letícia do Nascimento.

Fatores psicossociais associados à vitimização por engano em relacionamentos on-line / Brenda Letícia do Nascimento Lima. – 2022.

40 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. Vitimização. 4. Relacionamento amoroso. I. Título.

CDD 150

---

## FATORES PSICOSSOCIAIS ASSOCIADOS À VITIMIZAÇÃO POR ENGANO EM RELACIONAMENTOS ON-LINE

Brenda Letícia do Nascimento Lima  
Profa. Dra. Glysa de Oliveira Meneses

### RESUMO

Com a implementação do digital nos mecanismos de interação humana, novas formas de se relacionar foram incorporadas ao cotidiano, estando entre estas, interações com propósitos amorosos. Ao visualizar como se configuram tais relações virtuais, entende-se que estas possuem características que divergem das interações pessoais, como o anonimato e a total possibilidade de manipulação e editabilidade da imagem pessoal que será apresentada a outros usuários, abrindo portas para o cometimento de crimes e enganos através de um perfil virtual. Posto isso, compreende-se que enganos e fraudes, quando realizados em meio a interações baseadas em pretensões amorosas, se tornam executáveis a partir do estabelecimento de um vínculo falso de “amor recíproco”, podendo resultar em prejuízos financeiros e/ou psicológicos para a vítima. Nesse contexto, o perfil das vítimas, assim como as consequências vivenciadas por elas, irá variar de acordo com a intenção e a magnitude do engano realizado. Desse modo, a presente pesquisa teve como objetivo analisar o relacionamento entre fatores psicossociais e a vitimização por engano em interações amorosas virtuais, buscando compreender o papel de fatores de personalidade, crenças sobre o amor romântico, gênero e autoestima nesta questão. Para tal propósito, a pesquisa foi pautada em um delineamento correlacional, do tipo *ex post facto*. 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), Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (IGFP-5), *Romantic Beliefs Scale* e Escala de Vitimização por Engano em Interações Amorosas Online. A partir dos resultados obtidos, não foram identificadas diferenças significativas entre os gêneros no que se refere à vitimização, romanticismo, autoestima e neuroticismo. Por meio dos dados obtidos, também não houve correlações significativas entre a vitimização e as variáveis estabelecidas para este estudo, por outro lado, a abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão e amabilidade mostraram associações significativas entre si e com a autoestima, assim como o fator neuroticismo se mostrou correlacionado positivamente com o romanticismo. Além disso, a vitimização se mostrou associada à frequência na interação com propósitos amorosos on-line. Com isso, conclui-se que os objetivos estabelecidos para esta pesquisa foram alcançados, contribuindo com a literatura nacional sobre a temática a partir de dados acerca de fatores psicossociais e seu relacionamento com a vitimização por engano em interações amorosas virtuais em contexto brasileiro. Ademais, espera-se que essa pesquisa contribua para o desenvolvimento e seguimento de novos estudos nacionais sobre a vitimização por engano em relacionamentos on-line, com o objetivo de ampliar a compreensão dos vieses que perpassam tal fenômeno em território brasileiro.

**Palavras-chave:** Relacionamentos on-line; Engano; Vitimização; Relacionamento amoroso.

**ABSTRACT**

With the implementation of digital in human interaction mechanisms, new forms of connection were incorporated into everyday life, including interactions with loving purposes. It is understood that virtual relationships have characteristics that differ from personal interactions, such as anonymity and the total possibility of manipulation and editability of the personal image that will be presented to other users, opening doors to the commitment of crimes and deceptive actions through a virtual profile. That said, it is understood that deception and fraud, when carried out in the midst of romantic-based interactions, become possible from a false bond of "reciprocal love", which may result in financial and/or psychological damage to the victim. In this context, the profile of the victims, as well as the consequences experienced by them, will vary according to the intention and magnitude of the deception. This research aimed to analyze the relationship between psychosocial factors and victimization by deception in virtual love interactions, seeking to understand the role of personality factors, romantic love beliefs, gender and self-esteem in this issue. For this purpose, the research was based on a correlational ex post facto design. A sample of 163 participants answered a computerized questionnaire consisting of the following measures: Socio-demographic questionnaire, Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR-10), Big Five Personality Factors Inventory (IGFP-5), Romantic Beliefs Scale and the Cheating-Victimization Scale in Online Romantic Interactions. From the results obtained, no significant differences were identified between genders with regard to victimization, romanticism, self-esteem and neuroticism. Through the data obtained, there were also no significant correlations between victimization and the other variables, on the other hand, openness to experience, conscientiousness, extroversion and kindness showed significant associations with each other and with self-esteem, as well as the factor neuroticism was positively correlated with romanticism. In addition, victimization was associated with the frequency of online interactions for romantic purposes. The objectives of this research were achieved, contributing to the Brazilian literature on the subject from data on psychosocial factors and their relationship with victimization by deception in virtual love interactions in the Brazilian context. Furthermore, it is expected that this research will contribute to the development and follow-up of new studies on victimization by deception in online relationships, with the aim of broadening the understanding of the biases that permeate this phenomenon in Brazilian territory.

**Keywords:** Online dating; Deception; Victimization; Relationship.

## 1 INTRODUÇÃO

O mundo digital modificou diversos mecanismos estabelecidos pela sociedade nos anos que o antecederam, dentre estes, novas formas de interagir romanticamente foram desenvolvidas, e, com o tempo, solidificadas nas relações humanas. As diferenças são significativas ao comparar o desenvolvimento de relações amorosas virtuais àquelas desenvolvidas face a face, desde a apresentação inicial de um indivíduo a outro, seguindo pelo modo de interação, até o estabelecimento de intimidade entre duas pessoas.

No contexto apresentado, entende-se que as interações amorosas virtuais não se encontram restritas a serem buscadas apenas em aplicativos desenvolvidos com este objetivo, de forma que qualquer plataforma digital pode ser utilizada como ferramenta para o desenvolvimento de tais relações. Ao visualizar o funcionamento prático das redes sociais, compreende-se que estas proporcionam o contato de pessoas previamente desconhecidas, o que pode resultar na iniciação de processos de intimidade, permitindo, assim, aos seus usuários, que busquem parceiros para relacionamentos afetivos ou sexuais por meio delas (SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2020).

Diferente das interações pessoais, ao se apresentar como um futuro pretendente amoroso nas mídias digitais, obtém-se um grande controle sobre o perfil pelo qual o outro lhe conhecerá, e essa total possibilidade de manipulação na criação dos perfis on-line aponta para outra característica particular dessas plataformas: o anonimato (TOMA; HANCOCK, 2010). Ao oferecer o anonimato, pode-se tomar como vantagem ao usuário a redução do medo frente a rejeição e julgamento de outros (COLUCCIA et al., 2020). Na mesma direção, a permissão de controlar as informações fornecidas ao outro admite que um perfil digital seja desenvolvido de forma enganosa, podendo contribuir para que um pretendente amoroso menos atraente se mostre como um indivíduo mais desejável (TOMA; HANCOCK, 2010).

Em contraponto às vantagens e facilidades inclusas no encontro on-line, infere-se, pela literatura, que a ascensão das diferentes formas de interação virtual abriu portas para o cometimento de crimes e enganos, inclusive dentro de relações amorosas vivenciadas no mundo digital (COLUCCIA et al., 2020; TOMA; HANCOCK, 2010). Sabe-se que o engano, desde o período anterior às mídias sociais, já se configurava como uma ferramenta para o estabelecimento de relações amorosas, algo que, no contexto digital, também se mostra presente, visto que estudos sobre a temática apontam que o engano por meio de interações amorosas on-line vem sendo realizado com cada vez mais frequência, podendo ser mantido por anos (MCCORNACK; LEVINE, 1990; MOSLEY et al., 2020; SHARABI; CAUGHLIN,

2019). Nessa direção, tal conduta pode ser baseada em diferentes motivações, como o desenvolvimento de um perfil mais desejável ou de maior aceitação, preocupações com a própria privacidade, desejo de se manter no anonimato, entre outros (DROUIN et al., 2016).

Em complemento, ao visualizar como se configuram as relações amorosas virtuais na atualidade, torna-se imprescindível incluir o impacto do período pandêmico, vivenciado nestes últimos anos, ao novo modelo de desenvolver relações no ambiente on-line. Tomando como base o isolamento social, uma das ferramentas mais eficazes contra a disseminação do novo coronavírus (COVID-19), os serviços de conversação e as redes sociais assumiram como função a manutenção das relações sociais durante esse período (ANDRADE et al., 2020; PRIMO, 2020; XAVIER et al., 2020). Nesse contexto, o distanciamento social, assim como o incremento do uso da internet, favoreceu o aumento de enganos, crimes e fraudes on-line.

Tal aumento se mostrou significativo nos primeiros meses de isolamento, especialmente quando comparado ao número de relatos de fraude nos mesmos meses do ano anterior. Ademais, a ampliação da frequência de enganos dessa natureza foi vivenciada por vítimas de todas as idades (BUIL-GIL; ZENG, 2021). Em complemento, pesquisadores da temática afirmam que a maior frequência de fraudes em relacionamentos amorosos durante a pandemia não poderia sequer ser prevista por tendências já identificadas em um período pré-pandêmico (BUIL-GIL; ZENG, 2021).

O engano pode ser definido como a falsificação e/ou omissão deliberada de uma ou mais informações por um comunicador, com a intenção de enganar o interlocutor (MCCORNACK; LEVINE, 1990; SHARABI; CAUGHLIN, 2019). Dessa forma, a manipulação intencional em omitir ou falsificar elementos de si mesmo na interação com possíveis parceiros amorosos é estabelecida, assim, como um comportamento enganoso (SHARABI; CAUGHLIN, 2019). Outro ponto a ser apresentado é que, para além do engano em relação ao próprio perfil, é possibilitado ao perpetrador que realize crimes que podem levar a consequências materiais, psicológicas e/ou financeiras à suas vítimas, utilizando-se de estratégias específicas para o alcance daquilo que procura (COLUCCIA et al., 2020).

Enganos e fraudes que resultam em perdas financeiras, em plataformas digitais de forma geral, se mostram em uma crescente, sendo executáveis a partir do estabelecimento de um vínculo falso de “amor recíproco” entre o perpetrador do engano e sua vítima (WHITTY; BUCHANAN, 2016). Archer (2017) indica que análises direcionadas às táticas utilizadas pelo enganador identificaram que estes costumam envolver a falsa reciprocidade por parte do golpista, através de afirmações voltadas ao comprometimento com aquela relação, ou até

mesmo propostas de casamento. Ainda segundo esse autor, isso permite que, em um determinado momento, o perpetrador construa uma narrativa que envolva tragédias ou urgências em sua vida pessoal, solicitando, assim, ajuda financeira e/ou material de suas vítimas, sendo estas geralmente levadas a uma posição onde necessitam escolher entre fornecer aquilo que foi solicitado pelo enganador ou não prosseguir com o relacionamento construído entre eles.

Em alguns casos, no decorrer da interação com o perpetrador, a vítima pode vir a duvidar das intenções daquele com quem está se relacionando, enquanto em outros, a dúvida é deixada de lado por diferentes fatores, podendo nestes serem incluídos o medo do abandono, a decepção e a tentativa em lidar com os sentimentos relacionados à pessoa com a qual está se mantendo a relação amorosa (COLUCCIA et al., 2020). Partindo do entendimento de que o indivíduo que comete o engano pode vir a desenvolver um vínculo profundo com a vítima, com efeito, compreende-se que ela demonstre grande dificuldade em lidar com a realidade do engano, acreditando que existe ali algo que de fato é verdadeiro (BUCHANAN; WHITTY, 2014).

Para além disso, estudos também evidenciam notáveis consequências na saúde mental dos indivíduos que, de alguma forma, foram vítimas de enganos em interações amorosas virtuais (ARCHER, 2017; BUCHANAN; WHITTY, 2014; COLUCCIA et al., 2020; WHITTY; BUCHANAN, 2016). O sofrimento psicológico ocasionado pelo engano engloba dimensões sociais, familiares e afetivas, visto o impacto que a vitimação possui. Assim sendo, é possível citar, entre estes, repercussões significativas na confiança da vítima em estabelecer novos vínculos, além de sentimentos de vergonha, constrangimento, baixa autoestima e processos relacionados ao luto pela perda do relacionamento, assim como a falta de aceitação e apoio prestados após o engano por aqueles que cercam a vítima (COLUCCIA et al., 2020; WHITTY; BUCHANAN, 2016).

Em seus estudos, Whitty e Buchanan (2016) destacam que, diferente da realização em outros contextos, o golpe, quando realizado em relacionamentos amorosos pode ser caracterizado como “golpe de efeito duplo”, no qual a vítima sofre pela perda não somente financeira, mas também pela perda de uma relação significativa para ela. Dentro desse cenário, percebe-se que, em alguns casos, a perda do parceiro amoroso se mostra de forma mais intensa do que a perda do dinheiro (WHITTY; BUCHANAN, 2016).

Para além dos estudos voltados ao impacto dos enganos via redes sociais e/ou aplicativos de relacionamento, outros buscaram se aprofundar no perfil das vítimas e possíveis atributos relacionados à vitimização. Na temática dos relacionamentos amorosos

virtuais, a vitimização por engano pode ser compreendida através do reconhecimento de si como vítima de uma ação enganosa realizada pelo indivíduo com o qual está/estava se relacionando. O processo de se reconhecer e/ou ser reconhecido como vítima se mostra através da relação entre vitimização e vitimação, uma vez que a vitimação se refere ato ou efeito de vitimar, ou seja, tornar-se, de fato, vítima. Nesse contexto, apesar da correlação entre o processo de vitimação e o de vitimização em alguns casos, ou seja, da correlação entre tornar-se vítima e ser reconhecida por si e/ou por outros como vítima, torna-se válido ressaltar que, a depender das circunstâncias, ambos os processos podem ser observados de forma independente.

Nesse sentido, na tentativa de compreender, de forma mais profunda, essas dinâmicas, faz-se necessário investigar possíveis variáveis que podem contribuir para aumentar a vulnerabilidade à vitimização por engano em trocas afetivas virtuais, ou, por outro lado, funcionar como um fator de proteção frente a essas situações. Assim, aspectos relativos a fatores de personalidade, crenças sobre si e sobre o amor e o gênero podem ser construtos relevantes para ampliar essa compreensão.

Em termos de fatores da personalidade, apesar da importância dessa variável para o entendimento das relações humanas, verifica-se uma escassez de pesquisas quanto à relação destes com a vitimização por engano em interações amorosas virtuais (BUCHANAN; WHITTY, 2014). A personalidade pode ser conceituada como padrões típicos de um determinado indivíduo, sendo o Modelo dos Cinco Grandes Fatores (Big-Five) a teoria mais usada pela literatura científica atualmente (FERREIRA, 2018). O Modelo dos Cinco Grandes Fatores compreende a personalidade a partir de cinco fatores principais: Extroversão, Amabilidade, Abertura à experiência, Neuroticismo e Conscienciosidade.

Atualmente, alguns estudos relacionam a socialização de forma virtual aos cinco fatores da personalidade. Dentre estes, o fator Neuroticismo se mostra de forma mais frequente como um possível fator relacionado à utilização problemática das plataformas digitais (BUECKER et al., 2020; CORREA; HINSLEY; DE ZUNIGA, 2010). Este fator se reflete através de um conjunto de características subjetivas que favorecem a vivência mais intensa de angústia, sofrimento, inadaptação, baixa tolerância à frustração, impulsividade, autocrítica e outros, sendo mais incidente em pessoas do gênero feminino (ZANON et al., 2012). Na literatura, observa-se também a associação entre Neuroticismo e solidão, sendo esta uma forte preditora da utilização de mídias digitais e sites de namoro como escape da própria solidão (BUECKER et al., 2020; CORREA; HINSLEY; DE ZUNIGA, 2010).

Algumas outras pesquisas sobre esse tema destacam que a precisão para a detecção de possíveis perfis falsos e/ou atitudes enganosas pode ser fortemente influenciada por sistemas de crenças e personalidade do indivíduo (WHITTY, 2019). Em complemento, identificou-se que a propensão à vitimização por engano em interações afetivas virtuais se mostrava relacionada a traços mais fortes de busca de sensações, dependência, impulsividade, crenças sobre incapacidade de controle do externo e baixos níveis de amabilidade (WHITTY, 2018).

Para além dos fatores da personalidade, a autoestima se mostra como outra variável pertinente. Estudos voltados a temática de interações amorosas on-line ressaltaram uma forte correlação entre altos níveis de baixa autoestima e comportamentos problemáticos on-line, podendo ser citado entre estes, o uso problemático do *Tinder*, um dos principais aplicativos de relacionamento em contexto brasileiro, visto que este estava sendo utilizado como meio para o aumento da autoestima no ambiente virtual (OROSZ et al., 2018).

Nesse sentido, a visão negativa de si também se mostra ligada à propensão a se envolver em enganos on-line, pois entende-se que o indivíduo com baixa autoestima se mostra como mais favorável a fazer conexões on-line com mais facilidade (MOSLEY et al., 2020). Ainda sobre o possível impacto da avaliação que o indivíduo faz sobre si na propensão à vitimização, uma pesquisa, voltada a propensão à diferentes tipos de vitimização, identificou que os participantes que se identificavam como pouco ou nada felizes apresentaram uma propensão acrescida à vitimização, sendo relatados por 66,7% destes participantes, episódios nos quais, de fato, se identificam como vítimas (PEIXOTO, 2012).

A motivação que leva o indivíduo a interagir ativamente em busca de um parceiro amoroso pode apontar para o maior risco de ser enganado, a depender dela. Assim como a baixa autoestima e a busca pelo aumento dela através do olhar de outros usuários são tomados como fatores de risco ao engano, estudos sobre o presente tema também apontam outras variáveis significativas para tal propensão, estando, entre estas, as crenças sobre o amor e o tipo de relacionamento buscado pelo usuário no on-line (BUCHANAN; WHITTY, 2014; MOSLEY et al., 2020; OROSZ et al., 2018).

Sobre as crenças relacionadas ao amor, nomeadas como Crenças Românticas, compreende-se que essas apontam para a visão individual a respeito do amor, podendo servir como base para organizar e avaliar o próprio comportamento e comportamento do real ou potencial companheiro amoroso (SPRECHER; METTS, 1989). Em uma Escala de Crenças Românticas desenvolvida por Sprecher e Metts (1989), aqueles com altas pontuações normalmente acreditavam no destino romântico, na ideia de que duas pessoas estariam determinadas a estarem juntas, tendendo a acreditar mais rapidamente em declarações e

elogios de outros usuários on-line, podendo este ser um fator que favoreça a vitimação ao engano (BUCHANAN; WHITTY, 2014; COLUCCIA et al., 2020; FINKEL et al., 2012; SHARABI; CAUGHLIN, 2019).

Dessa forma, a interpretação do indivíduo a respeito do amor se refletirá, de diferentes formas, em sua busca por um parceiro amoroso na internet, assim como no tipo de relacionamento que se deseja encontrar através das redes sociais e aplicativos com essa finalidade. Em sua pesquisa, Orosz (2018), ao investigar o uso problemático do *Tinder*, identificou que mulheres estariam mais propensas a utilizar tal aplicativo com o objetivo de encontrar seu “verdadeiro amor”, tomando como motivação também o aumento da autoestima. Outro estudo, focado nas características de vítimas de engano em relações virtuais, identificou a prevalência de mulheres de meia-idade, mais propensas a impulsividade, dependência, excesso de confiança, níveis de gentileza e outros, como fatores relacionados à probabilidade de ser enganado em relacionamentos on-line (WHITTY, 2018).

Partindo de uma compreensão geral sobre a vitimização por engano em interações amorosas virtuais, entende-se que o perfil das vítimas e as consequências para elas irão variar de acordo com a intenção e a magnitude do engano realizado. Nesse sentido, torna-se de alta relevância compreender quais fatores contribuem para a propensão à vitimação ao engano em interações amorosas virtuais. Além de tudo, tal compreensão, junto ao entendimento de forma geral do engano no contexto on-line, abrem portas para a construção de estratégias voltadas à conscientização e prevenção da população frente a estes riscos.

Em observância à estas questões, entende-se que apesar da busca pelo envolvimento amoroso de forma virtual ter sido fortemente incorporada ao cotidiano por parte de seus usuários, e que uma série de problemas possam ser verificados nessa prática, estudos sobre relações amorosas on-line ainda são limitados e pouco se sabe sobre possíveis consequências de sua utilização (CASTRO, 2017; RODRIGUES, 2019). Ademais, destaca-se a baixa produção de estudos nacionais sobre a temática, e por conseguinte, a falta de conhecimento científico a respeito de especificidades brasileiras que perpassam tal fenômeno.

Partindo de tal compreensão, assim como das informações anteriormente apresentadas, justifica-se a realização do presente estudo, sendo estabelecido como objetivo para a realização da pesquisa compreender o papel dos fatores psicossociais relacionados à vitimização por engano em relacionamentos on-line. Para tal finalidade, os fatores da personalidade, autoestima, crenças sobre o amor romântico e gênero foram consideradas variáveis fundamentais para o estudo da vitimização no contexto apresentado.

## 2 METODOLOGIA

### 2.1 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 das dimensões da Teoria dos Cinco Grandes Fatores, as crenças sobre o amor romântico, gênero e a autoestima como fatores relacionados à vitimização em interações amorosas on-line.

### 2.2 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%).

### 2.4 Instrumentos

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

a. *Questionário sociodemográfico (APÊNDICE A)*. 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).

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 0 = Discordo totalmente e 3 = Concordo 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. *Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (IGFP-5) (JOHN; DONAHUE; KENTLE, 1991) (ANEXO C)*. Esta escala foi adaptada e validada em uma versão mais curta por Gouveia et al. (2021) para o português brasileiro. Consiste em uma medida multidimensional e busca avaliar traços da personalidade. É composta por 20 itens, relacionados aos Cinco Grandes Fatores da Personalidade: Neuroticismo, Abertura à experiência, Conscienciosidade, Extroversão e Amabilidade. Os itens são respondidos em uma escala tipo Likert de 5 pontos, variando de 1 = Discordo totalmente e 5 = Concordo totalmente. A consistência interna da escala, avaliada por meio do alfa de Cronbach, foi de 0,72 (GOUVEIA et al., 2021). Neste estudo, o valor obtido para o alfa de Cronbach foi de 0,70.

d. *Escala de Engano em Interações Amorosas On-line*: 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.

*e. Romantic Beliefs Scale: (RBS)* (SPRECHER; METTS, 1989) (ANEXO B). Consiste em uma escala que permite avaliar a ideologia do romantismo. É composta por 15 afirmações, relacionadas a quatro subescalas: O Amor Encontra um Caminho (Love Finds a Way), Único (One and Only), Idealização (Idealization) e Amor à Primeira Vista (Love at First Sight). Os itens são respondidos em uma escala tipo Likert de 7 pontos, variando entre 1 (discordo totalmente) e 7 (concordo totalmente). A consistência interna da escala completa, avaliada por meio do alfa de Cronbach, foi de 0,81 (SPRECHER; METTS, 1989). Na versão traduzida e adaptada para esta pesquisa, o coeficiente de consistência interna obtido foi de 0,86.

## **2.5 Procedimentos**

A coleta de dados foi realizada no período entre 14 e 19 de novembro de 2022, 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 concordava em participar do estudo. Adicionalmente, o participante teve a possibilidade de 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.

## ***2.6 Análises de dados***

Os dados coletados foram tabulados e analisados no software SPSS – Statistical Package for the Social Sciences, versão 21. Foram utilizadas estatísticas descritivas (medidas de tendência central e de dispersão) para caracterizar a amostra; testes t de Student, análises de variância (ANOVA), e correlações de Pearson para verificar o relacionamento entre as variáveis de interesse.

### 3 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 a vitimização, romanticismo, autoestima e neuroticismo. Para isto, foi realizado um teste t para amostras independentes.

Em média, homens se identificam mais como vítimas de engano em interações amorosas on-line ( $M = 46,6$ ,  $DP = 9,86$ ) do que mulheres ( $M = 44,4$ ,  $DP = 9,64$ ), mas sem apresentar uma diferença significativa [ $t(143) = 1,59$ ,  $p = 0,11$ ]. Além disso, o sexo masculino apresentou maiores níveis de romanticismo ( $M = 61,5$ ,  $DP = 17,9$ ) do que o sexo feminino ( $M = 48,9$ ,  $DP = 15,2$ ), sendo esta uma diferença estatisticamente significativa entre os grupos [ $t(151) = 3,53$ ,  $p = 0,001$ ].

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 que diz respeito ao fator neuroticismo, observou-se também semelhanças entre as médias de homens ( $M = 13,3$ ,  $DP = 4,06$ ) e mulheres ( $M = 13,3$ ,  $DP = 4,08$ ), não representando, contudo, uma diferença significativa [ $t(157) = 0,34$ ,  $p = 0,73$ ]. Os resultados estão apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 - Médias identificadas através do teste t para amostras independentes.

Variáveis	Grupos				Diferença de médias	t	p
	Homens (n=32)		Mulheres (n=128)				
	M	DP	M	DP			
Vitimização	47,6	9,86	44,4	9,64	3,19	1,59	0,11
Romanticismo	61,5	17,9	48,9	15,2	12,5	3,53	0,001
Autoestima	29,7	7,59	29,6	5,00	0,04	0,02	0,97
Neuroticismo	13,3	4,06	13,3	4,08	0,27	0,34	0,73

Fonte: Elaborada pela autora

Em seguida, foram realizadas análises de correlação de Pearson para observar as correlações existentes entre as variáveis foco do presente estudo: vitimização, autoestima, romanticismo e os cinco fatores da personalidade: neuroticismo, abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão e amabilidade. Os resultados estão indicados na Tabela 2.

Tabela 2 - Correlações entre vitimização, autoestima, romanticismo e os cinco fatores da personalidade: neuroticismo, abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão e amabilidade.

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1	-	-	-	-	-	-	-

2	0,12	1	-	-	-	-	-	-
3	0,13	-0,00	1	-	-	-	-	-
4	-0,05	<b>-0,36**</b>	<b>0,20*</b>	1	-	-	-	-
5	0,09	0,13	0,06	-0,08	1	-	-	-
6	0,00	<b>0,25**</b>	0,07	-0,06	<b>0,25**</b>	1	-	-
7	-0,00	<b>0,37**</b>	0,00	<b>-0,28**</b>	<b>0,42**</b>	<b>0,29**</b>	1	-
8	-0,04	<b>0,27**</b>	0,14	<b>-0,18*</b>	<b>0,22**</b>	<b>0,21**</b>	<b>0,35**</b>	1

Nota: \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ . Variáveis: 1 – Vitimização; 2 - Autoestima; 3- Romanticismo; 4- Neuroticismo; 5- Abertura à experiência; 6- Conscienciosidade; 7- Extroversão; 8- Amabilidade.

Fonte: Elaborada pela autora

Os resultados indicaram correlações positivas e significativas entre a autoestima e conscienciosidade ( $r = 0,25$ ;  $p < 0,01$ ), a extroversão ( $r = 0,37$ ;  $p < 0,01$ ) e a amabilidade ( $r = 0,27$ ;  $p < 0,01$ ). Em contrapartida, o neuroticismo se correlacionou negativa e significativamente com a autoestima ( $r = -0,36$ ;  $p < 0,01$ ), com a extroversão ( $r = -0,28$ ;  $p < 0,01$ ) e com a amabilidade ( $r = -0,18$ ;  $p < 0,05$ ). Além disso, o neuroticismo também apresentou uma correlação significativa, porém positiva, com o romanticismo ( $r = 0,20$ ;  $p < 0,05$ ).

A abertura à experiência mostrou correlações positivas e significativas com a conscienciosidade ( $r = 0,25$ ;  $p < 0,01$ ), a extroversão ( $r = 0,42$ ;  $p < 0,01$ ) e a amabilidade ( $r = 0,22$ ;  $p < 0,01$ ). A conscienciosidade se mostrou positiva e significativamente correlacionada à extroversão ( $r = 0,29$ ;  $p < 0,01$ ) e à amabilidade ( $r = 0,21$ ;  $p < 0,01$ ). Já a extroversão se correlacionou de forma positiva e significativa com a amabilidade ( $r = 0,35$ ;  $p < 0,01$ ). Por outro lado, os resultados não indicaram correlações significativas relacionadas à vitimização.

Tendo em vista o objetivo de explorar diferenças relacionadas à variável frequência da busca ativa de interações amorosas on-line no que se refere à vitimização, recorreu-se à análise de variância (ANOVA) para descobrir se existem diferenças entre as médias dos grupos. Os resultados indicaram que a busca nada frequente obteve  $m = 40,8$  ( $dp = 8,21$ ), a busca pouco frequente apresentou  $m = 47,6$  ( $dp = 9,42$ ), a busca mais ou menos frequente obteve  $m = 46,6$  ( $dp = 9,96$ ), a busca frequente obteve  $m = 44,8$  ( $dp = 6,30$ ), já a busca muito frequente apresentou  $m = 49,9$  ( $dp = 13,8$ ). Nos resultados observou-se que ocorreram diferenças entre as médias dos grupos no tocante à vitimização ( $F = 3,97$  e  $p = 0,004$ ). Para verificar quais grupos diferiram entre si, empregou-se o teste *post hoc* de Tukey. Dessa forma,

observou-se que a busca nada frequente se diferenciou significativamente da busca pouco frequente ( $p = 0,009$ ), da busca mais ou menos frequente ( $p = 0,045$ ) e da busca muito frequente ( $p = 0,049$ ).

## 4 DISCUSSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo compreender o papel dos fatores psicossociais relacionados à vitimização por engano em interações amorosas virtuais. Nessa direção, foram estabelecidas como variáveis principais os fatores da personalidade, o gênero, a autoestima e as crenças sobre o amor romântico.

A princípio, buscou-se verificar possíveis diferenças entre o gênero masculino e feminino, no que se refere ao reconhecimento de si como vítima de enganos em relacionamentos amorosos on-line. A partir dos resultados, pode-se interpretar que, apesar do contraste na quantidade de participantes de ambos os gêneros, não houve diferenças significativas entre homens e mulheres no que diz respeito à vitimização. Tais achados se mostram em divergência com os estudos de Whitty (2018) e Orosz (2018), já que estes sinalizam a maior suscetibilidade do gênero feminino à vitimização por engano, baseado em estudos desenvolvidos em outros países.

Nesse sentido, é importante pensar em uma relação não linear entre esses construtos, indicando que de forma outras variáveis podem interferir nesse relacionamento. Assim, é possível que a vitimização esteja relacionada a outros fatores específicos, como exemplo: idade, dependência, comportamentos impulsivos, excesso de confiança, entre outros, como sugerido Whitty (2018), ao se debruçar em características identificadas em vítimas de engano em relacionamentos on-line.

No tocante a esse tema, estudos internacionais relacionam características à vitimização, sendo algumas delas a dependência, impulsividade, crenças sobre incapacidade de controle externo e baixos níveis de amabilidade se mostram como possíveis riscos à vitimização (WHITTY, 2018). Sendo assim, pode-se inferir que apesar da falta de uma relação direta entre gênero e a vitimização, não se desconsidera que as características citadas se relacionem de alguma forma com a conjuntura da vitimização, assim como com a maior vulnerabilidade a tornar-se vítima, necessitando assim de estudos voltados a investigar essa relação.

Ademais, observou-se também uma diferença significativa entre participantes homens e mulheres no que diz respeito às crenças sobre o amor romântico, sendo identificado que o gênero masculino demonstra maiores índices de romanticismo quando comparado ao gênero feminino. Baseado em estudos que relatam o impacto das crenças românticas no comportamento daqueles que as possuem, torna-se possível observar que altos níveis de romanticismo estariam relacionados a crença sobre o destino romântico, o que sugere a

tendência desses indivíduos a acreditarem mais rapidamente em mensagens afetuosas de outros usuários on-line, assim como para a possibilidade de maiores índices de romanticismo estarem relacionados ao risco à vitimização por engano (BUCHANAN; WHITTY, 2014; COLUCCIA et al., 2020; FINKEL et al., 2012; SHARABI; CAUGHLIN, 2019).

Em seguida, buscou-se investigar o relacionamento entre a vitimização e o romanticismo, os fatores de personalidade e a autoestima, contudo, não foram constatadas correlações significativas por meio dos dados obtidos. A literatura aponta, sobre indivíduos românticos, que a busca do amor verdadeiro através de aplicativos de relacionamento por parte destes se mostra relacionada ao uso problemático destes aplicativos (OROSZ, 2018), sugerindo a possibilidade de ocorrer a vitimação. Dito isso, torna-se válido ressaltar que tal comportamento não foi reconhecido de forma significativa nas estatísticas descritivas da amostra deste estudo, visto que a maioria dos participantes não possuía um objetivo predefinido ao buscar se relacionar virtualmente com outros usuários, sendo esta uma condição que se diverge do observado em amostras descritas em outros estudos sobre o tema, além de uma busca relativamente pouco frequente nesse contexto.

Assim como o romanticismo, verificou-se que o fator neuroticismo também não se correlaciona de forma significativa com a vitimização, em discordância com o esperado pela literatura. Contudo, foi observada uma correlação positiva e significativa entre o neuroticismo e o romanticismo. Sobre isso, verifica-se, na literatura, que em indivíduos com altos níveis de neuroticismo podem ser observados traços como ansiedade, impulsividade, inadaptação, baixa tolerância à frustração, entre outras (ZANON et al., 2012). A partir da literatura, percebe-se que tais características se assemelham a características identificadas como possíveis riscos à vitimização, já citadas anteriormente neste estudos, como a dependência, impulsividade, crenças sobre incapacidade de controle externo e baixos níveis de amabilidade (WHITTY, 2018).

Por outro lado, ao correlacionar a variável autoestima com a vitimização, observou-se que tais fatores não possuíam uma relação significativa, divergindo do esperado pela literatura. Além disso, verificou-se também que indivíduos que demonstraram maiores níveis de neuroticismo, apresentaram níveis mais baixos de autoestima.

Em estudos sobre esse tema, ao ser investigado possíveis fatores de risco ao engano, a baixa autoestima, assim como a busca de relacionamentos virtuais como meio para supri-la, se mostram como possíveis fatores que auxiliam na propensão à vitimização. Além disso, pesquisam apontam que o neuroticismo apresenta uma correlação significativa com a solidão, variável considerada como possível fator de risco para a vitimização, visto que como

consequência de sua própria solidão, indivíduos costumavam se utilizar de aplicativos e sites de relacionamento frequentemente como forma de fuga da própria realidade (BUCHANAN; WHITTY, 2014; MOSLEY et al., 2020; OROSZ et al., 2018).

Em seguida, ao proceder a análise acerca da frequência com que os participantes buscam interagir virtualmente com propósitos amorosos, verificou-se que, em relação à vitimização, indivíduos que apresentam baixa frequência de busca ativa demonstraram menores índices de identificação com a vitimização por engano em interações virtuais com propósitos amorosos. Logo, tal resultado sugere que, quanto mais o usuário se expõe a interações virtuais amorosas com outros indivíduos, maior será a probabilidade deste se tornar vítima de enganos realizados por quem está interagindo.

Este resultado reflete que, ao identificar aspectos relacionados à motivação que leva indivíduos a uma busca frequente em interagir com usuários previamente desconhecidos de forma virtual, pode vir a corroborar para uma maior compreensão a respeito de variáveis significativas relacionadas a vitimização, visto que estes usuários, de certa forma, estariam se expondo mais a possíveis vivências de vitimização por meio de interações on-line. Nessa mesma direção, estudos voltados a esse tema estabelecem uma relação significativa entre a vitimização e a propensão em tornar-se vítima novamente, sendo este um achado recorrente na literatura científica sobre a temática (WHITTY, 2018).

Com isso, compreende-se que a vitimização não mostrou, de forma significativa, uma relação direta com os fatores psicossociais investigados nesta pesquisa, entretanto, compreende-se que cada variável pode vir a ser somada ou influenciada por condições externas, visto a diversidade de circunstâncias que tais variáveis perpassam. Nessa direção, é possível pensar que os fatores que podem levar os indivíduos a se tornarem mais suscetíveis à vitimização no contexto dos relacionamentos virtuais estejam mais vinculados a uma associação entre variáveis sociais e contextuais, do que necessariamente a fatores disposicionais dos indivíduos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As interações amorosas, quando realizadas de forma virtual, apresentam possibilidades que se diferem das interações físicas, podendo ser citadas entre estas a editabilidade e aprimoramento constante de um mesmo perfil e até mesmo o anonimato. Tais possibilidades podem ser tomadas como ferramentas para o cometimento de enganos nesse contexto. Tais enganos se mostram relacionados à notáveis consequências na saúde mental dos indivíduos que, de alguma forma, foram vitimizados, podendo resultar também em prejuízos físicos e materiais. Nesta direção, a partir dos resultados apresentados e da discussão advinda destes, acredita-se que o objetivo da presente pesquisa foi alcançado. Isso posto, constata-se que as informações obtidas indicam um panorama pertinente na compreensão do papel dos fatores psicossociais relacionados à vitimização por engano em relacionamentos on-line.

Nesse sentido, o estudo contribuiu para compreender variáveis apontadas na literatura internacional como relacionadas a este tipo de vitimização, sendo verificado que há uma relação significativa entre autoestima, fatores da personalidade e romanticismo, que por mais que não tenham apresentado uma relação direta com a vitimização, podem se perpassar entre fatores conectados a esse fenômeno. Dessa forma, entende-se que, para além de condições subjetivas, torna-se possível hipotetizar que fatores externos e ambientais também possam vir a impactar no aumento da vulnerabilidade à vitimização.

Posto isso, como em qualquer empreendimento científico, verifica-se algumas limitações a serem pontuadas. Sobre isso, tanto a restrição de produção científica internacional, quanto a escassez de estudos nacionais sobre a esse tema, impossibilitaram que a interpretação dos resultados e a discussão fossem capazes de se debruçar nas camadas que perpassam a vitimização por engano dentro de uma relação com propósitos amorosos construída a partir de meios digitais. Adicionalmente, é relevante ressaltar que a coleta de dados desta pesquisa foi realizada em um curto período, o que pode ter contribuído para uma quantidade limitada de participantes para compor a amostra. Tal fato, direta ou indiretamente, pode ter repercutido nos resultados obtidos e, conseqüentemente, em uma compreensão mais limitada acerca de um fenômeno complexo como a vitimização por engano em relacionamentos afetivos on-line.

Em termos gerais, compreende-se que os fatores psicossociais em foco no presente estudo se relacionam entre si, e que podem favorecer determinados comportamentos e atitudes voltadas a interações amorosas virtuais, não sendo descartada a possibilidade destes atuarem,

direta ou indiretamente, na ocorrência da vitimização, entretanto, não é identificada uma relação linear entre este fenômeno e as variáveis apresentadas.

Em relação aos direcionamentos futuros de pesquisa sobre essa temática, especialmente em território brasileiro, sugere-se que sejam consideradas outras variáveis como: solidão, eventos antecedentes à vitimação, dependência, impulsividade, crenças sobre incapacidade de controle externo, conteúdo abordado entre a vítima e o perpetrador, idade e condutas imprudentes, uma vez que não puderam ser contempladas neste estudo. Ademais, indica-se uma ampliação da amostra, contando com um número maior de participantes, bem como maior diversidade em termos de gênero e de localização geográfica dentro do Brasil.

Por fim, espera-se que este estudo possibilite um maior vislumbre sobre a necessidade de empreendimentos científicos voltados a esse tema, principalmente em contexto brasileiro, buscando ampliar esse campo de estudo em território nacional, no intuito de abranger, de forma mais fidedigna, especificidades da população brasileira dentro da conjuntura apresentada nesta pesquisa. Assim como, sensibilizar pesquisadores a buscar desenvolver ações preventivas no que se refere aos riscos presentes nas interações interpessoais desenvolvidas em meio virtual.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, L. et al. A utilização das redes sociais digitais no cuidado psicossocial infantojuvenil, diante da pandemia por Covid-19. **Health Residencies Journal - HRJ**. v. 1, n. 2, p. 44–61, 2020.
- ARCHER, A. K. "I Made a Choice": Exploring the Persuasion Tactics Used by Online Romance Scammers in Light of Cialdini's Compliance Principles. **Regis University Student Publications**. 823. 2017.
- BUCHANAN, T.; WHITTY, M. T. The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. **Psychology, Crime & Law**, v. 20, n. 3, p. 261-283, 2014.
- BUECKER, S. et al. Loneliness and the Big Five personality traits: A meta-analysis. **European Journal of Personality**, v. 34, n. 1, p. 8-28, 2020.
- 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.
- COLUCCIA, A. 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. 24-35, 2020.
- CORREA, T.; HINSLEY, A. W.; DE ZUNIGA, H. G. Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. **Computers in human behavior**, v. 26, n. 2, p. 247-253, 2010.
- DROUIN, M. et al. Why do people lie online? "Because everyone lies on the internet". **Computers in Human Behavior**, v. 64, p. 134-142, 2016.
- FERREIRA, T. B. Raciocínio Baseado em Casos para apoiar a formação de grupos baseada nos traços de personalidade do modelo Big Five. 2018. 107 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) - **Universidade Federal de Uberlândia**, Uberlândia, 2018.
- FINKEL, E. 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.
- GOUVEIA, V. V. et al. A Short Version of the Big Five Inventory (BFI-20): Evidence on Construct Validity. **Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology**, v. 55, n. 1, p. 1-22, 2021.
- HUTZ, C. S. Adaptação brasileira da escala de auto-estima de Rosenberg. Manuscrito não-publicado, **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, Rio Grande do Sul. 2000.

- HUTZ, C. S.; ZANON, C. 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.
- JOHN, O. P.; DONAHUE, E. M.; KENTLE, R. L. Big five inventory. **Journal of Personality and Social Psychology**, 1991.
- MCCORNACK, S. A.; LEVINE, T. R. When lies are uncovered: Emotional and relational outcomes of discovered deception. **Communications Monographs**, v. 57, n. 2, p. 119-138, 1990.
- MOSLEY, M. A. et al. Adult attachment and online dating deception: a theory modernized. **Sexual and Relationship Therapy**, v. 35, n. 2, p. 227-243, 2020.
- 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.
- PEIXOTO, A. C. R. Propensão, experiências e consequências da vitimização: representações sociais. 2019. 415 f. Dissertação (Doutorado em Ciências Sociais e Humanas) – **Universidade Nova Lisboa**, 2012.
- PRIMO, A. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19. **Revista Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, p. 176-198, 2020.
- RODRIGUES, B. B. Redes sociais online e as novas formas de interação amorosa. 2019. 108 f. Dissertação (Mestre em Psicologia do Desenvolvimento e Aprendizagem) - **UNESP, Faculdade de Ciências**, Bauru, 2019.
- ROSENBERG, M. Society and the adolescent self-image (Revised edition). Middletown, CT. **Wesleyan University Press Retrieved November**, v. 11, p. 2006, 1989.
- ROWATT, W. C.; CUNNINGHAM, M. R.; DRUEN, P. B. Deception to get a date. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 24, n. 11, p. 1228-1242, 1998.
- SALU, A. O. Online crimes and advance fee fraud in Nigeria - are available legal remedies adequate?. **Journal of Money Laundering Control**, v. 8, n. 2. p. 159-167, 2004.
- SEPÚLVEDA, R.; VIEIRA, J. Motivações para o uso de aplicações de online dating no contexto português: a relevância dos turning points. **Análise Social**, v. 55, n. 235 (2), p. 300-330, 2020.
- 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.

SHEARING, H. Pandemia mudou modo como pessoas dão 'match', diz chefe do Tinder. **BBC News**, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-57575906>>. Acesso em: 04 de abril de 2022.

SPRECHER, S.; METTS, S. Development of the 'Romantic Beliefs Scale' and Examination of the Effects of Gender and Gender-Role Orientation. **Journal of Social and Personal Relationships**, v. 6, n. 4, p. 387-411, 1989.

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.

WHITTY, M. T.; BUCHANAN, T. The online dating romance scam: The psychological impact on victims—both financial and non-financial. **Criminology & Criminal Justice**, v. 16, n. 2, p. 176-194, 2016.

WHITTY, M. T. Do you love me? Psychological characteristics of romance scam victims. **Cyberpsychology, behavior, and social networking**, v. 21, n. 2, p. 105-109, 2018.

WHITTY, M. T. Who can spot an online romance scam?. **Journal of Financial Crime**, v. 26, n. 2, p. 623-633, 2019.

XAVIER, F. et al. Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. **Estudos Avançados [online]**. v. 34, n. 99, p. 261-282, 2020.

ZANON, C. et al. Relações entre pensamento ruminativo e facetas do neuroticismo. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, v. 29, n. 2, p. 173-181, 2012.

## 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 8 a 10 vezes

- De 2 a 4 vezes
- De 5 a 7 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 algumas vezes pessoas que conheci online
- Encontrei pessoalmente com frequência 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)

FACULDADE ARI DE SÁ

CURSO DE PSICOLOGIA

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**PESQUISA: VITIMIZAÇÃO POR ENGANO EM INTERAÇÕES AMOROSAS ON-LINE.**

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

Você é convidado (a) a participar desta pesquisa intitulada “**VITIMIZAÇÃO POR ENGANO EM INTERAÇÕES AMOROSAS ON-LINE**”, que tem como intuito compreender o papel dos fatores psicossociais relacionados à vitimação ao engano em relacionamentos on-line. 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:** Pessoas da população geral brasileira, maiores de 18 anos, de qualquer identidade de gênero e orientação sexual. Especificamente, devem buscar, ou já haver buscado, de forma ativa, interações com propósitos amorosos em redes sociais, aplicativos e/ou sites de relacionamento. Conta-se com uma amostra de conveniência (não probabilística) de, aproximadamente, 200 participantes. Participarão da pesquisa aqueles voluntários que, convidados a colaborar, concordem.
- 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 esta nos forneça dados importantes acerca de questões relacionadas às experiências vivenciadas no contexto no qual a pesquisa se refere.
- 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:

<b>Nome:</b> Glysa de Oliveira Meneses.
<b>Instituição:</b> Faculdade Ari de Sá
<b>Endereço:</b> Avenida Heráclito Graça, 826, Centro, Fortaleza – CE, CEP: 60140-060.
<b>Telefones para contato:</b> (85) 3077-9700

<b>ATENÇÃO:</b> 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: \_\_\_\_\_

**APÊNDICE C - ESCALA DE ENGAÑO EM INTERAÇÕES AMOROSAS  
ON-LINE**

**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.

## **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 - ROMANTIC BELIEFS SCALE (RBS)  
(SPRECHER; METTS, 1989)**

INSTRUÇÕES: Por favor, avalie sua concordância ou discordância com cada item usando as seguintes diretrizes:

Discordo totalmente	Discordo	Discordo um pouco	Nem concordo Nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. Eu não preciso conhecer alguém por um certo tempo antes de me apaixonar por ele/ela.
2. Se eu estivesse apaixonada(o) por alguém, eu me comprometeria com ele/ela mesmo que meus pais e amigos não aprovassem o relacionamento.
3. Depois de viver o “amor verdadeiro”, eu nunca poderia vivenciá-lo de novo, na mesma intensidade, com outra pessoa.
4. Acredito que estar verdadeiramente apaixonado é estar apaixonado para sempre.
5. Se eu amo alguém, sei que posso fazer o relacionamento dar certo, apesar de qualquer obstáculo.
6. Quando encontrar meu “verdadeiro amor”, eu provavelmente vou saber logo que nos conhecermos.
7. Tenho certeza que cada novo detalhe que aprender sobre a pessoa com quem eu escolher ter um relacionamento de longo prazo será algo que me agrada.
8. O relacionamento que terei como meu “verdadeiro amor” será praticamente perfeito.
9. Se eu amo alguém, eu vou encontrar uma forma de ficarmos juntos, independente da oposição ao relacionamento, da distância física entre nós ou de qualquer outra barreira.
10. Haverá apenas um verdadeiro amor para mim.
11. Se o meu relacionamento estiver destinado a dar certo, quaisquer obstáculos (por exemplo, falta de dinheiro, distância física, conflitos profissionais) podem ser superados.
12. É provável que eu me apaixone quase que imediatamente se eu conhecer a pessoa certa.
13. Eu espero que o amor romântico realmente dure no meu relacionamento, que não desapareça com o tempo.
14. A pessoa que eu amar será um(a) parceiro(a) romântico(a) perfeito(a); por exemplo, será uma pessoa completamente acolhedora, amorosa e compreensiva.
15. Acredito que se outra pessoa e eu nos amamos, podemos superar quaisquer diferenças e problemas que possam surgir.

**ANEXO C - INVENTÁRIO DOS CINCO GRANDES FATORES DE  
PERSONALIDADE. (IGFP-5)**

**(GOUVEIA ET AL., 2021)**

INSTRUÇÕES. A seguir encontram-se algumas características que podem ou não lhe dizer respeito. Por favor, escolha um dos números na escala abaixo que melhor expresse sua opinião em relação a você mesmo e anote no espaço ao lado de cada afirmação.

Vale ressaltar que não existem respostas certas ou erradas.

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem Concordo Nem Discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente
-----------------------------	---------------	-----------------------------------	---------------	-----------------------------

Eu me vejo como alguém que...

01. \_\_\_ É conversador, comunicativo.
02. \_\_\_ É minucioso, detalhista no trabalho, no que faz.
03. \_\_\_ Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho.
04. \_\_\_ Gosta de cooperar com os outros.
05. \_\_\_ É original, tem sempre novas ideias.
06. \_\_\_ É temperamental, muda de humor facilmente.
07. \_\_\_ É inventivo, criativo.
08. \_\_\_ É prestativo e ajuda os outros.
09. \_\_\_ É amável, tem consideração pelos outros.
10. \_\_\_ Faz as coisas com eficiência.
11. \_\_\_ É sociável, extrovertido.
12. \_\_\_ É cheio de energia.
13. \_\_\_ É um trabalhador de confiança.
14. \_\_\_ Tem uma imaginação fértil.
15. \_\_\_ Fica tenso com frequência.
16. \_\_\_ Fica nervoso facilmente.
17. \_\_\_ Gera muito entusiasmo.
18. \_\_\_ Gosta de refletir, brincar com as ideias.
19. \_\_\_ Tem capacidade de perdoar, perdoa fácil.
20. \_\_\_ Preocupa-se muito com tudo.