

Nicknames como substitutos para linguagem não-verbal em ambientes virtuais

Nicknames as substitutes of non-verbal language in virtual environments

Felipe Marcel Neves, Marta Luciane Fischer

¹ Instituto Oceanográfico da Universidade de São Paulo (IOUSP)

² Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Resumo

A ausência de componentes não-verbais na internet pressupõe que a comunicação escrita substitua, mesmo que parcialmente, elementos biológicos fundamentais utilizados durante o reconhecimento de parceiros. Tais elementos biológicos constituem-se da chamada linguagem não verbal, formada de elementos como expressões faciais, orientação corporal, aparência física, espaço interpessoal e contato físico. Portanto, o objetivo deste trabalho é analisar a utilização de nomes de usuários como substitutos da linguagem não-verbal na fase de atratividade entre indivíduos em salas de bate papo na Internet. Também foi avaliada a relação dos usuários destas salas diante de apelidos sem indicativos óbvios da identidade. Os resultados deste estudo demonstram que os usuários com apelidos femininos utilizaram elementos referentes principalmente à aparência e os masculinos à demonstração de *status* social, enquanto que a indicação de faixa etária foi comum para ambos. Os resultados também sugerem que o sucesso na interação entre os usuários não depende somente da quantidade de informações inseridas dentro dos apelidos utilizados, mas de suas prováveis simbologias linguísticas. Este estudo demonstra que os nomes de usuários presentes em salas de bate-papo podem ser usados como substitutos da linguagem não-verbal, superando as limitações visuais e sonoras impostas pelo uso da linguagem escrita. Estes tipos de interações possuem custos biopsicossociais ainda não compreendidos, e que poderiam ser analisados sob uma perspectiva bioética, visando a mitigação de vulnerabilidades decorrentes da inserção das novas tecnologias na intermediação dos relacionamentos humanos.

Palavras-chave: Bioética. Ciberespaço. Communication. Linguagem não-verbal. *Nicknames*.

Autor correspondente:
Felipe Marcel Neves

Recebido em: 21/12/2017
Revisado em: 03/05/2018
Aceito em: 21/06/2018
Publicado em: 29/06/2018

Abstract

The absence of nonverbal components on the Internet presupposes that written communication replaces, even partially, fundamental biological elements used during the recognition of partners. These biological elements are constituted by the so-called non-verbal language, it consists of elements such as facial expressions, body orientation, physical appearance, interpersonal space and physical contact. Therefore, the objective of this work is to analyze the use of nicknames as non-verbal substitutes in the attractiveness phase among individuals in Internet chat rooms. It was also evaluated the relationship of users of chat rooms to nicknames without obvious identity recognition. The results of our study show that users with female nicknames used elements related mainly to physical appearance and users with male nicknames used elements of social status, while the indication of age was common for both genders. The results also suggest that success in the interaction between users does not depend only on the amount of information inserted within the nicknames, but also on their probable linguistic symbologies. This study demonstrates that nicknames in online chat rooms may be used as substitutes for non-verbal language, overcoming the visual and sound limitations imposed by the use of written language. These types of interactions have biopsychosocial costs not yet understood, and that could be analyzed from a bioethical perspective, aiming at mitigating vulnerabilities arising from the insertion of new technologies in the intermediation of human relationships.

Keywords: Bioethics; Cyberspace; Communication;

Introdução

A atração de parceiros em potencial é naturalmente influenciada pela linguagem não-verbal¹, que é representada por expressões faciais, orientação corporal, movimentos, olhares, aparência, espaço interpessoal e contato físico². A linguagem não verbal possui o intuito de formar pares compatíveis para a reprodução, quanto mais heterogêneo o material genético dos pares reprodutivos, mais isso favorece a adaptação da prole^{3,4}. Dada a importância que as preferências românticas têm na promoção da evolução humana e, mais especificamente, na formação e manutenção de pares reprodutivos, inúmeras pesquisas têm estudado as origens das diferenças sexuais nos padrões de preferências românticas apresentando evidências contrastantes, tais como: exigência tanto de cooperação quanto de competição entre os parceiros^{5,6,7}; a influência de especificidades culturais contrapondo com preferências universalizadas^{2,8,9}; e baixo percentual de sobreposição de preferências quando comparadas entre os sexos, contrapondo com características que contribuem para manutenção de relacionamentos de longo prazo, consideradas importantes por ambos os sexos¹⁰.

A qualidade de um parceiro reprodutivo em potencial pode ser inferida por meio de indicadores físicos como a cor do cabelo; um eficiente sistema imunológico, refletido na simetria da face e do corpo e sinais químicos (e.g., feromônios); e de fertilidade, tais como proporção cintura-quadril, além de condições socioeconômicas atuais e futuras^{11,12,13,14,15}. O paradoxo em relação à formação de pares biológicos está no desafio de encontrar parceiros geneticamente diferentes, ao mesmo tempo, culturalmente semelhantes⁷.

O meio digital tem facilitado a interação social rompendo distâncias geográficas, por meio de ferramentas que promovem comunicação visual e auditiva (e.g., Skype, Hangout e Youtube) ou por meio de redes sociais (e.g., Facebook, Twitter, Google+), além de aplicativos específicos para encontros casuais ou românticos (e.g., Tinder e Happn). A comunicação em tempo real (*online*) por meio da escrita e de salas de bate-papo é usada por várias pessoas simultaneamente que procuram criar e manter contatos, amizades e/ou relacionamentos românticos¹⁶. O meio digital possibilita a aproximação de pessoas que compartilham afinidades sociais e interesses mútuos, trazendo a falsa sensação de inserção no meio social¹⁷. Entretanto, dados científicos indicam uma baixa probabilidade de sucesso nos encontros físicos, provavelmente decorrente da subutilização de sinais biológicos no meio virtual, os quais se constituem de efetivos indicadores inconscientes estimuladores ou não da concretização da união^{18,19}. Na internet, a linguagem escrita identifica a pessoa e seu meio cultural, expressando intrinsecamente conceitos e formas de hierarquias, e exteriorizando uma combinação de atributos físicos e psicológicos. Dessa forma, o uso da linguagem adequada assume relevância e os símbolos gráficos que expressam emoções (e.g., *emoticons* e *emojis*), podem ser utilizados em sistemas *online* de relacionamentos e agregar significados díspares e plausíveis de gerarem ruídos na comunicação¹⁹. Os problemas de comunicação advindos do rápido desenvolvimento tecnológico, se constituem de um campo de atuação da bioética, que identifica as vulnerabilidades de agentes e pacientes morais diante da incipiente instrumentalização para utilização

salutar dessas novas ferramentas intermediadoras dos relacionamentos humanos²⁰.

Diante do exposto e baseando-se nos resultados de Abath e Carvalho²¹, que atestaram que a comunicação cotidiana é possível de ser transmutada para realidade virtual dos videogames, e da sugestão de análise científica da influência ambiente virtual, a pergunta norteadora do presente estudo consistiu no questionamento de quais elementos textuais têm sido utilizados por usuários de salas de bate-papo (*chats*) no ambiente virtual a fim de substituírem os inexistentes parâmetros da linguagem não-verbal na internet. As hipóteses testadas foram que: a) os apelidos ou nomes dos usuários (*nicknames*) representam os atributos biológicos avaliados pelo parceiro em potencial em um encontro real, uma vez que a inexistência dos elementos biológicos e da comunicação não-verbal, faz com que a utilização da escrita, símbolos e simulação de faces sejam fundamentais na comunicação no meio digital; b) os usuários de um *chat* irão reagir positiva ou negativamente a um *nickname*, mesmo de significado desconhecido, mas que indique intrinsecamente a identidade do usuário, determinando a primeira impressão e influenciando na continuidade da interação; c) o uso de *emoticons* é usado de forma diferente por homens e mulheres visando à substituição de expressões não verbais de emoções, fundamentais para interpretação da intenção do interlocutor; d) considerando que essas tecnologias têm trazido atreladas às inegáveis facilidades de comunicação consequências de ordem biopsicossocial demandam a apropriação da utilização da mídia digital pela Bioética a fim de mediar a solução de problemas contemporâneos. Assim, objetivou-se analisar nomes de usuários utilizados nas salas de bate-papo, constatando os seus possíveis simbolismos e influências no contexto de seleção de parceiros românticos ou sexuais e avaliar a reação dos internautas a desconhecidos, porém inseridos em contexto simbólico.

Metodologia

Aspectos Éticos

Devido à natureza da pesquisa, não foi possível a aplicação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. No entanto, assegurou-se o anonimato dos participantes da pesquisa, a não divulgação do dia, horário e sala em que a pesquisa foi conduzida, pela assinatura do Termo de Confidencialidade da fonte de dados pelos pesquisadores. Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Paraná sob o protocolo N.º 2807.

Procedimentos

A justificativa do uso das salas de bate-papo como ambiente para coleta dos dados é o fato desse ambiente congrega diferentes pessoas hábeis de comunicar-se simultaneamente utilizando escrita e

símbolos, como os *emoticons*. Além disso, salas de bate-papo são de acessibilidade pública, possuindo diversas áreas de interesses (as salas *per se*). A fim de ampliar o público analisado, foram utilizadas salas de bate-papo de três portais nacionais (i.e., servidores) distintos, entre os meses de janeiro a junho de 2009. As salas de bate-papo estavam previamente categorizadas por cada servidor de acordo com: faixa etária (15 a 20 anos, 20 a 30 anos e 30 a 40 anos); localização geográfica (Centro-Oeste, Sudeste, Sul, Nordeste e Norte); relacionamentos (11 categorias); religiões (6 categorias); preferências e entretenimento (7 categorias). Para cada categoria, foi sorteada uma sala, e esta foi acessada durante três minutos nos períodos da manhã, tarde e noite, ao longo dos sete dias da semana, totalizando 693 vistas. Ressalva-se que a análise nos três períodos do dia visam a tornar a amostra mais heterogênea.

Nas visitas às salas, foram realizadas duas abordagens. Na primeira, foram registrados e categorizados elementos textuais utilizados na composição dos apelidos de usuários presentes e *emoticons* utilizados. Na segunda abordagem, foi realizado um experimento, cuja sala sorteada foi acessada alternadamente com três *nicknames* distintos, no mesmo horário e com o mesmo tempo de permanência de 3 minutos. A pesquisa participativa consistiu de registrar todos os comentários, diálogos e *emoticons* que os usuários estabeleceram com cada um dos três apelidos. O estímulo para início da conversa foram expressões neutras: “Olá” e “Alguém quer conversar (tc)?”. Caso não houvesse resposta em 30 segundos, repetia-se a frase, até o tempo limite de 3 minutos. Os nomes escolhidos possuem raízes linguísticas gregas/latinas, cientificamente utilizados na nomeação do gênero de aranhas, estes são: *Argiope*, *Latrodectus* e *Nephila*. A escolha desses apelidos se deu por duas razões: inicialmente por serem desconhecidos pela maioria das pessoas e não terem uma indicação óbvia da identidade do usuário, e segundo, por intrinsecamente estarem conectados a animais de características distintas, com significados que acompanham essas características. *Latrodectus* é o nome científico do gênero da viúva-negra, uma das aranhas mais peçonhentas em amplitude mundial, cuja origem latina do radical *Latro* associa-se com significado de assassino, bandido, ladrão, caçador e predador. *Argiope* é o nome do gênero de uma aranha de jardim construtora de teias, inofensiva para humanos. A raiz na palavra grega *αργυρος* (*argyros*) está associada com a cor prata, relativa a coloração do seu abdome, enquanto que o pronome parece ter originado parcialmente da palavra *αργος* (*argos*), a qual refere-se a brilho, radiante. *Nephila* é o nome gênero de uma grande aranha tecedora de teia, cuja origem grega detém o significado "Amante da fiação" originando-se da conjunção das palavras (*nen*) = girar (relacionado com *νημα* = fio) + *φίλος* (*philos*) = amor²².

Análises dos dados

Após a catalogação dos nomes dos usuários (N = 19.470) e a categorização dos nomes em gênero feminino, masculino e neutro, foi retirada de uma amostra dos 30 primeiros nomes de usuários possíveis de serem identificados como masculino e feminino em cada um dos períodos analisados (N= 886). Estes foram categorizados conforme: a) expressão de características físicas e relação com os animais: indicativos físicos e nomes de usuários com referência ou referente a animais (e.g., felinos); b) características psíquicas e emocionais: grupos em que as pessoas se identificam (e.g., times de futebol); indicativos psicológicos (características psicológicas descritas pelos usuários por meio dos nomes de usuários e uso de personagens; c) características textuais (composição gramática e textual do nome de usuário, e.g., através de diminutivos). Em um mesmo nome de usuário mais de uma categoria pode estar presente, logo as categorias não foram excludentes. As respostas dos participantes aos apelidos usados na pesquisa participativa foram categorizadas em amigáveis (convite, cumprimento e interesse), neutras (pede atenção reclama) e hostis (menosprezo), perguntas sobre localidade, dúvidas em relação à identidade do nome do usuário (masculino ou feminino).

Os resultados da categorização dos *nicknames* e, do uso de *emoticons* foram comparados entre as salas analisadas e as respostas dos usuários na pesquisa participativa testados por meio do teste de aderência não paramétrico *Goodness-of-fit*(G_{test}) tendo como hipótese nula a homogeneidade da amostra a um nível de significância de 95% ($P < 0,05$). Em amostras pequenas (N = 200) foi aplicada a correção de Williams (SOKAL; ROFHL, 2009), e as categorias foram aquelas com valores menores que 10 de usuários ou respostas, foram agrupadas em uma categoria única denominada “outros”.

Resultados

Categorização dos Nomes de Usuários

A amostragem dos nomes de usuários resultou em 67,8% de usuários com provável identificação masculina (N = 601) e 32,2% com identificação feminina (N = 285). Dentre os indicativos de características físicas na composição dos nomes de usuários, o uso da idade e do sexo foram frequentes (TABELA 1), e os indicativos de aparência predominaram nos nomes de usuários femininos quando comparadas com os masculinos ($G=12,7; P < 0,01$). Em relação aos nomes de animais utilizados pelos usuários, houve predomínio do uso da palavra gato(a) em ambos os sexos (TABELA 1).

TABELA 1. Indicativos de características físicas

	Feminino N = 130 (31,2%)	Masculino N = 287 (68,8%)	Total N = 417 (100%)
Indicativos Físicos	N = 116	N = 234	N = 350
Aparência	15,5%*	5,6%	8,9%
Cor da pele	12,1%	8,1%	9,4%
Outros ¹	7,8%	11,1%	10%
Idade	35,3% *	35,9% *	35,7% *
Sexo	24,1% *	30,3%*	28,3% *
Sexual	5,2%	9%	7,7%
Teste-G	($G_{(5)} = 42; p < 0,01$)	($G_{(5)} = 110,9; p < 0,01$)	($G_{(5)} = 141; p < 0,01$)
Uso de animais	Feminino (N = 14)	Masculino (N = 53)	Total (N = 67)
Gatos	92,8%*	81,2%*	83,6%*
Outros ²	7,2%	18,8%	16,4%
Teste-G	($G_{(1)} = 11,7; p < 0,01$)	($G_{(1)} = 21,9; p < 0,01$)	($G_{(1)} = 33; p < 0,01$)

Nota: Os valores absolutos das categorias relativos aos nomes de usuários femininos e masculinos foram comparados através do G_{test} sendo os valores significativamente mais frequentes ($p < 0,01$) acompanhadas de asterisco. A categoria assinalada, Outros¹ = indicação de altura, cor do cabelo, cor dos olhos, etnia e porte físico; Outros² = coruja, insetos, mamíferos (lobo, macaco, ursos), peixes.

De um modo geral, as características psíquicas foram compostas predominantemente por indicativos psicológicos (44,5%) e uso de personagens (37,2%)

quando comparados com a formação de grupo (18,3%) ($G_{(2)}=67,5; P < 0,01$). Dentre os indicativos de grupo, profissão foi mais frequente, porém para as usuárias

supostamente do sexo feminino houve também predomínio de indicativos específicos como: cores e músicas (TABELA 2). Nos indicativos psicológicos, virtudes (e.g. carinhoso) e indicativos de conotação sexual (identificação de cada gênero por características sexuais) predominaram. Os indicativos de personagens englobaram principalmente animais e categorias como referências à bandas, festividades e

signos do zodíaco, e somente personagens próprios (e.g. viajante) mais utilizados pelos homens, enquanto os demais foram para as mulheres (TABELA 2). Quando comparadas as proporções entre os supostos sexos dos usuários, houve predomínio de personagens vinculados à televisão para mulheres ($G_{(8)}=18,7; P<0,01$).

TABELA 2. Indicativos de características psíquicas e emocionais

	Feminino N = 130 (23,5%)	Masculino N = 423 (76,5%)	Total N = 553 (100%)
Formação de Grupo	N = 20	N = 81	N = 101
Adj. Regional	10%	12,3%	11,9%
Estado Civil	15%	33,4%*	29,7%
Outros ¹	55%*	12,3%	20,8%
Profissão	20%	42%*	37,6%*
Teste-G	($G_{(3)} = 8,4; p<0,01$)	($G_{(3)} = 22,3; p<0,01$)	($G_{(3)} = 15,8; p<0,01$)
Indicativos psicológicos	N = 55	N = 191	N = 246
Outros ²	14,5%	10%	11%
Indução	1,8%	6,3%	5,3%
Intenção	1,8%	6,8%	5,7%
Negação	3,6%	8,4%	7,3%
Personagem	16,4%	13,1%	13,8%
Personalidade	0%	5,7%	4,5%
Sentimento	9,1%	13,6%	12,6%
Conotação Sexual	16,4%	17,8%*	17,5%*
Virtude	36,4%*	18,3%*	22,3%*
Teste-G	($G_{(8)} = 51,9; p<0,01$)	($G_{(8)} = 31,6; p<0,01$)	($G_{(8)} = 64,7; p<0,01$)
Personagem	N = 55	N = 151	N = 206
Animais	25,4%*	35,1%*	32,5%*
Celebridades	11%	5,3%	6,8%
Outros ³	20%*	15,2%	16,5%
Filmes	7,3%	8%	7,8%
Objetos	3,6%	4,6%	4,4%
Personagens próprios	3,6%	16,6%*	13,1%
Regional	3,6%	5,3%	4,9%
Religião	11%	7,3%	8,2%
Televisão	14,5%	2,6%	5,8%
Teste-G	($G_{(8)} = 22,5; p<0,01$)	($G_{(8)} = 90,6; p<0,01$)	($G_{(8)} = 95,5; p<0,01$)

Nota: Os valores absolutos relativos a cada resposta de cada sexo e no total foram comparados utilizando o teste do Teste-G, sendo os valores significativamente mais frequentes ($p<0,01$) acompanhados do asterisco (*). A categoria assinalada. Outros¹ = cores, grupo próprio, música, país e times de futebol; Outros² = lembrança, questionamento e indicação de status (i.e. rico); Outros³= nome de bandas, comidas, festividades, frases, elementos do futebol, HQ, país, livros, seres mitológicos, plantas, elementos sexuais e signos.

O uso do primeiro nome, seguido de epítetos (TABELA 3) foram as expressões textuais mais frequentes. Porém, quando comparadas as proporções entre os sexos, epítetos e diminutivos foram significativos nas mulheres e o uso de sobrenome aos

homens ($G_{(4)}=23,3; P<0,01$). Em relação ao indicativo de texto, caixa-baixa e o uso do primeiro nome tiveram frequências significativas, e o uso de caixa-baixa maior para mulheres e de caixa-alta para os homens ($G_{(4)}=10,9; P<0,01$).

TABELA 3. Indicativos de características textuais

	Feminino N = 466 (34,7%)	Masculino N = 878 (65,3%)	Total N = 1.344 (100%)
Nomes	N = 175	N = 265	N = 440
Apelido	32,6% *	20,4%	25,2%*
Aumentativo	0%	1,5%	1%
Diminutivo	6,9%	2,7%	4,3%
Primeiro Nome	59,4%*	69,4%*	65,4%*
Sobrenome	1,1%	6%	4,1%
Teste-G	($G_{(4)} = 244; p<0,01$)	($G_{(4)} = 372; p<0,01$)	($G_{(4)} = 594; p<0,01$)
Ind. Texto	N = 291	N = 613	N = 904
Caixa alta e baixa	3,4%	3,7%	3,6%
Caixa-alta	11,9%	18,4%*	16,3%
Caixa-baixa	43%*	43,7%*	43,5%*
Emoticons	2,1%	0,7%	1,1%
Primeiro Nome	38,9%*	32,7%*	34,7%*
Teste-G	($G_{(4)} = 248,9; p<0,01$)	($G_{(4)} = 507,1; p<0,01$)	($G_{(4)} = 746; p<0,01$)

Nota: Os valores absolutos relativos a resposta de cada sexo e do total foram comparados utilizando o Teste-G, sendo os valores significativamente mais frequentes ($p<0,01$) acompanhados do asterisco (*).

Pesquisa Participativa

A utilização dos três nomes de usuários (*Argiope*, *Latrodectus* e *Nephila*) na pesquisa participativa, resultou em uma maior frequência de respostas amigáveis para *Argiope* e *Nephila* (Tabela 4). Quando comparados *Argiope* e *Nephila* ($G_{(2)}=47,4; P<0,01$), uma maior frequência de respostas neutras e hostis foram direcionadas para a primeira e amigáveis para a segunda (Tabela 4).

As respostas amigáveis foram compostas de convite por parte do outro usuário (referente a conversar reservadamente nasala de bate-papo apenas com o usuário, uso de mensageiro instantâneo - IM ou troca de e-mail), cumprimento e interesse, predominando o convite e cumprimento para *Nephila* e somente cumprimento para *Argiope* e *Latrodectus* (TABELA 4). Porém, o convite foi mais frequente para *Argiope* do que para *Latrodectus*($G_{(2)}=31,7; P<0,01$). Em relação às respostas neutras, foram classificadas dessa forma por não se direcionarem somente ao nome de usuário, não eram agressivas nem amigáveis. Comparando as proporções das respostas neutras entre *Nephila* e

Latrodectus(Tabela 4), *Nephila* obteve frequência significativa de usuários pedindo atenção e *Latrodectus* de reclamações ($G_{(1)}=12,4; P<0,01$). A resposta foi considerada hostil quando se constituiu de menosprezo, porém não houve diferença nas frequências das respostas quando comparadas entre os nomes de usuários. Também foram realizadas categorizações sobre as perguntas dos usuários nas salas de bate-papo referentes à localidade e dúvida quanto ao sexo, sendo a maioria delas direcionadas à *Nephila* (TABELA 4).

Em relação às interações dos usuários das salas de sala de bate-papo com os nomes de usuários utilizados na pesquisa participativa, teve-se o predomínio do sexo masculino (Tabela 6). Porém, ao comparar a proporção de respostas masculinas e femininas entre *Nephila*, *Argiope* e *Latrodectus* ocorreu uma interação maior de homens com *Nephila* e de mulheres com *Argiope* e *Latrodectus* ($G_{(2)}=38,5; P<0,01$).

TABELA 4. Respostas aos usuários Argiope, Latrodectus e Nephila

	<i>Nephila</i> (N = 197)	<i>Argiope</i> (N = 66)	<i>Latrodectus</i> (N = 65)
Resposta	N = 235	N = 77	N = 73
Amigável	77,4% *	52%*	41,1%
Neutra	18,7%	36,3%	34,2%
Hostil	3,9%	11,7%	24,7%
Teste-G	(G ₍₂₎ =217;p<0,01)	(G ₍₂₎ =21,3;p<0,01)	(G ₍₂₎ =3;p<0,01)
Amigável	N = 278	N = 42	N = 31
Convite	33,8%	21,4%	3,2%
Cumprimento	51,8%*	76,2%*	93,6%*
Interesse	13%	2,4%	3,2%
Teste-G	(G ₍₂₎ =59,1;p<0,01)	(G ₍₂₎ =46,9;p<0,01)	(G ₍₂₎ =50,5;p<0,01)
Neutra	N = 43	N = 4	N = 10
Pede atenção	46,5%	75%	50%
Reclamação	39,5%	25%	50%
Teste-G	(G ₍₁₎ =0,2;p<0,01)	(G ₍₁₎ =0,9; p<0,01)	(G ₍₁₎ =0;p<0,01)
Hostil	N = 10	N = 9	N = 13
Menosprezo	31,3%	28,1%	40,6%
Teste-G	(G ₍₂₎ =0,7; p <0,01)	(G ₍₂₎ = 0,7; p < 0,01)	(G ₍₂₎ = 0,7; p < 0,01)
Outras	N = 58	N = 16	N = 11
Localidade	68,2%*	18,8%	13%
Teste-G	(G ₍₂₎ =43,6; p<0,01)	(G ₍₂₎ = 43,6; p< 0,01)	(G ₍₂₎ =43,6; p< 0,01)
Dúvida usuário	N = 42	(N = 18)	N = 15
Dúvida usuário	56%*	24%	20%
Teste-G	(G ₍₂₎ = 16,2; p < 0,01)	(G ₍₂₎ = 16,2; p < 0,01)	(G ₍₂₎ = 16,2; p < 0,01)
Interação	N = 241	N = 72	N = 67
Masculino	95,5%*	72,7%*	71,4%*
Feminino	4,5%	27,3%	28,6%
Teste-G	(G ₍₁₎ = 227; p < 0,01)	(G ₍₁₎ = 14,5;p < 0,01)	(G ₍₁₎ = 11,9 p < 0,01)

Nota: Os valores absolutos relativos a cada resposta foram comparados em cada nome de usuário utilizando o Teste-G, sendo os valores significativamente mais frequentes ($p < 0,01$) acompanhados do asterisco (*).

Uso de *Emoticons*

Os usuários do sexo feminino e masculino que utilizaram os *emoticons* conjuntamente com a composição textual do nome de usuário ($G_{(1)}=1152$; $P<0,01$), corresponderam a apenas 1% ($N = 10$) das ocorrências, não havendo diferenças significativas entre os sexos. O uso de *emoticons* nas salas pelos usuários para estabelecer conversas com os três nomes de usuários utilizados na pesquisa participativa, resultou em apenas 0,3% ($N=2$) das 693 respostas registradas ($G_{(1)}=933$; $P<0,01$). A utilização de *emoticons* para início de conversação somente foi realizada por indivíduos com nomes de usuários do sexo masculino.

Discussão

Os resultados do presente estudo atestaram a hipótese de que, no ambiente virtual, a comunicação escrita se apropria de padrões biológicos de reconhecimento durante a fase de atratividade que antecede a corte. Esse resultado caracteriza a notória adaptabilidade humana corroborando Abath e Carvalho²¹ quanto ao ambiente virtual se constituir de uma modulação do real, levando a concepção de sua existência neste espaço. Segundo Graeml et al.¹⁷ (2004) a adesão aos *chats* como ferramenta para promoção de encontros está associada ao anonimato, acessibilidade, segurança e facilidade de uso, congregando 3,8% os usuários da internet¹⁹ que visam

a, inicialmente, facilitar encontros que devem se concretizar na realidade¹⁷. De um modo geral, ambos os sexos se utilizaram da indicação de idade e sexo, o que correspondente a estudos em situações reais nas quase estes se constituem de fatores cruciais na escolha de parceiros, tanto para os homens que em geral preferem mulheres mais jovens, quanto para mulheres que optam por homens mais velhos^{23,24}. Já a indicação de beleza, virtude e personalidade foi associada a animais, destacando-se felinos, e personagens fictícios, literários, midiáticos ou lendários. A indicação prévia da personalidade é um quesito importante no meio virtual, Dion et al.²⁵ mostraram em seus estudos que as pontuações atribuídas para atratividade física de fotografias universitárias aumentavam, caso trouxessem atrelada uma descrição de sua personalidade. Assim, elementos físicos associados com indicativos comportamentais, permitem processar ao nível do pensamento abstrato representações do cotidiano, tal como atestado no jogo de videogame por Abath e Carvalho²².

A discrepância entre os *nicknames* masculinos e femininos sugerem uma relação com papel evolutivo de cada sexo. Usuários que se identificavam como do sexo feminino utilizaram elementos relacionados com informação sobre aparência e apelidos, principalmente diminutivos, em termos evolutivos, sinais de aparência indicam condições de saúde e juventude propiciadoras do sucesso reprodutivo²⁶. Contudo, o uso frequente desses caracteres nas salas de bate-papo pode estar está relacionado com mecanismos de manipulação dos sinais sexuais reais, visando à atração do parceiro em potencial, tal como ocorre conscientemente ou não com os denominados sinais desonestos²⁷. Os resultados sugerem a superação da carência de elementos visuais apoiado no fato de usuários de nomes masculinos solicitarem fotos de usuárias, cujo apelido nas salas não trazia referências suficientes para concepção da aparência.

Já os usuários que se identificavam como do sexo masculino, usaram na composição de seus apelidos textos compostos exclusivamente por letras maiúsculas, caracteres com conotação sexual, estado civil, sobrenomes e profissões. As referências sexuais e a expressão em caixa alta podem ser interpretadas como uma forma inadequada e indelicada, porém eficiente de demonstração de transgressão²⁸, enquanto que as alusões ao *status* (e.g. família ou profissão) demonstraram que o julgamento da atratividade pode ser influenciado pelo contexto social no qual o indivíduo é apresentado²⁹.

Os *chats*, segundo Graeml et al.¹⁸, devem ser vistos como um campo de inclusão social possibilitando para o usuário um suporte social, com a consolidação de um grupo social próprio cujo mundo físico é substituído pelo texto e a relação social, segundo Coleta et al.¹⁹ é redimensionada e condicionada a um sentimento coletivo de estar junto. Igualmente, o *chat* viabiliza a realização sexual ao prover um ambiente idealizado, seguro, livre e democrático, isento da necessidade de exposição física

e autenticação do pensamento em referências reais, pelo menos em um primeiro momento no qual poderia ser crucial para consolidação do envolvimento intelectual^{17,19}. Por fim, o *chat* possibilita a criação da persona, cujo sujeito tem autonomia de alterar suas características físicas, gênero, idade, raça por meio da escolha de como será denominado. Graeml et al.¹⁷ enfatizam que os ciberespaços são utilizados por quem não quer se expor fisicamente e possibilitam que todos seus habitantes sejam criados iguais e com a chance de primeiro se mostrarem intelectualmente para, em alguns casos, posteriormente assumirem sua imagem orgânica.

Dentre *nicknames* utilizados na pesquisa participativa, o usuário *Nephila* recebeu mais respostas amigáveis, como convites e cumprimentos, em relação aos demais, provavelmente associadas a uma indicação de feminidade. Já o usuário *Argiope*, intrinsecamente denotando neutralidade, provavelmente gerou dúvida nos participantes, que tentaram uma aproximação por meio de cumprimento neutro. Em relação a *Latrodectus*, cujo nome tem uma etimologia associada à agressão e induz a uma possível masculinidade, ocorreu uma maior frequência de respostas hostis, principalmente originada de outros usuários supostamente do sexo masculino. Fato este que pode ser interpretado uma maneira de demonstração de dominação e intimidação sobre potenciais competidores e de chamar a atenção das usuárias presentes nas salas, um processo parecido a respostas contra possíveis rivais durante o cortejo através do uso da intimidação³⁰. Os apelidos podem ser considerados um conjunto de informações sintetizadas, muitas vezes formando simbologias. Segundo a teoria *Natural Semantic Language* (NSM), apesar da enorme diversidade, todas as linguagens compartilham um núcleo comum, com um vocabulário de conceitos primários e uma gramática universal³¹. Palavras compostas por simbologias aparentemente desconhecidas, tais como os nomes de usuários utilizados na pesquisa participativa, com base nas línguas românicas/latinas, podem criar respostas individuais semelhantes. Este provável fenômeno tem como fator chave o processo cultural da manutenção de uma língua, já que as construções idiomáticas latinas teriam repercussão na língua portuguesa. Esses indícios devem ser tomados como especulativos, no entanto demandam novas análises e aprofundamento para se compreender melhor esses processos de comunicação estabelecidos no ciberespaço.

Os *emoticons* foram utilizados proporcionalmente entre os sexos, porém, exclusivamente por usuários masculinos nas salas de bate papo durante a pesquisa participativa. Witmer Katzman³² verificaram que as mulheres utilizaram *emoticons* muitas vezes vinculados ao seu nome de usuário, contudo a expressão de emoções, como sorrisos, pode ser uma estratégia utilizadas pelo sexo masculino para a aproximação do sexo oposto, considerando que mulheres são naturalmente mais emotivas e sensíveis às expressões de emoções³³. A expressão das emoções é importante para o

reconhecimento da motivação dos indivíduos, sendo que os movimentos corporais e faciais conferem vivacidade e energia às palavras, revelando suas verdadeiras intenções³⁴. Porém, as emoções, muitas vezes, podem ser utilizadas com intenção de manipular respostas, as quais, no ambiente virtual podem ser expressas pelos *emoticons*. Segundo Coleta et al.¹⁹, a ausência da linguagem não-verbal pode levar a falhas de comunicação no qual os *emoticons* podem resultar em interpretações dispares. Kessinger e Corkin³⁵ verificaram que as palavras são mais lembradas quando relacionadas à informação negativa, sendo confirmado que na comunicação via IM (mensagem instantânea), por exemplo, *emoticons* negativos podem afetar a conversação de maneira mais abrangente do que os positivos³⁶.

Considerações finais

Os resultados obtidos neste estudo sugerem o uso relativo dos nomes de usuários como substitutos da linguagem não-verbal. Mesmo mediante as limitações impostas pelo meio de comunicação, os usuários exploram os *nicknames* como uma forma de expressão de suas características físicas, psicológicas e sociais, em que homens e mulheres abordam distintamente elementos evolutivamente utilizados como referenciais em um contato real, através de roupas, características físicas e símbolos sociais. O fato dos usuários com nome feminino explorarem em seus apelidos mais a aparência física e jovialidade, e os usuários com nome masculino ao *status* social, leva a suposição de que a manipulação da expectativa do outro possa acarretar nas decepções relatadas pelos usuários do meio digital diante do contato físico *a posteriori*. Dessa forma, pode-se inferir que apesar das pessoas usarem sofisticados recursos de comunicação, ainda exploram elementos biológicos para se definirem socialmente, mesmo em um *chat*, e atraírem parceiros em potencial. Coleta et al.¹⁹ acreditam que a Internet pode ter causado menos impacto nos aspectos sociais do que se supõe, consistindo apenas de uma nova forma de se fazer coisas antigas. Assim como no mundo real, inicialmente o usuário procura flertar e por meio de parâmetros biopsicossociais decidir ou não pela continuidade do relacionamento. Segundo os autores a forma como o sujeito irá lidar com conflitos, mentiras, decepções é subjetiva e dependente de como convive no ciberespaço e de como se responsabiliza pelas suas condutas.

Inúmeras possibilidades advêm do uso do meio virtual para o estabelecimento de relações sociais, assim, é esperado que a supressão da linguagem não-verbal seja recompensada de diferentes formas, porém com custos biopsicossociais ainda não totalmente compreendidos, mas que já apresentam reflexos nas sociedades contemporâneas. Embora os usuários de *chat* entrevistados por Coleta et al.¹⁹ acreditem no amor virtual, condicionaram-no ao contato face-face apoiados na crença de que não houve mudanças afetivas radicais. Os autores sugerem que as consequências desses relacionamentos sejam melhor investigadas, uma vez que o aumento da velocidade da

internet pode resultar na maximização de vícios e abusos.

A Bioética se constitui de uma ferramenta de intermediação de solução de problemas globais, plurais e complexos decorrentes do rápido avanço tecnológico. Deve-se considerar que a supressão de demandas biológicas em detrimento de novas organizações sociais, tais como as que ocorrem na Internet, deve ser debatida e mediada a fim de que o internauta possa usar a ferramenta de forma autônoma e crítica. Propor mecanismos que diminuam a vulnerabilidade dos usuários é uma conduta esperada da bioética que deve trabalhar em consonância com os novos processos midiáticos. Dessa forma, é esperado que outros estudos com diferentes abordagens multidisciplinares tragam uma compreensão mais ampla desses fenômenos.

Agradecimentos

Agradecemos pelo apoio do Dr. W. Hattori que proveu importantes comentários para a versão final deste manuscrito.

Declaração de conflitos de interesses

Os autores do artigo afirmam que não houve nenhuma situação de conflito de interesse, tais como propostas de financiamento, emissão de pareceres, promoções ou participação em comitês consultivos ou diretivos, entre outras, que pudessem influenciar no desenvolvimento do trabalho.

Referências

1. MOORE, M. M.; BUTLER, D. L. Predictive aspects of nonverbal courtship behavior in women. *Semiotica*, v. 76, n. 3-4, p. 205-216, 1989.
2. BUSS, D. M. The evolution of human intrasexual competition: Tactics of mate attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 54, p. 616-628, 1998.
3. ANDERSSON, M. B. *Sexual selection*. Princeton University Press, 1994.
4. LIE, H. C.; SIMMONS, L. W.; RHODES, G.. Genetic dissimilarity, genetic diversity, and mate preferences in humans. *Evolution and Human Behavior*, v. 31, n. 1, p. 48-58, 2010.
5. CASTRO, Felipe N; HATTORI, Wallisen T; LOPES, Fívia A. Intra-sex Variation in Human Mating Strategies: Different People, Different Tactics. *Archives of sexual behavior*, v. 44, n. 6, p. 1729-1736, 2015.

6. CASTRO, F. N.; LOPES, F. A. Romantic preferences in Brazilian undergraduate students: From the short term to the long term. **Journal of Sex Research**, v. 48, n. 5, p. 479–485, 2011.
8. CASTRO, F. N. et al. Romantic Partners in a Market Perspective: Expectations about What Ensures a Highly Desirable Partner. **Psychological reports**, v. 113, n. 2, p. 605–618, 2013.
9. DEBRUINE, L. M. JONES, B. C., CRAWFORD, J. R., WELLING, L. L., & LITTLE, A. C. The health of a nation predicts their mate preferences: cross-cultural variation in women's preferences for masculinized male faces. **Proceedings of the Royal Society of London B: Biological Sciences**, v. 277, n. 1692, p. 2405–2410, 2010.
10. HATTORI, W. T.; CASTRO, F. N.; LOPES, F. A. Mate choice in adolescence: Idealizing romantic partners. **Psico**, v. 44, p. 226–234, 2013.
11. GRAMMER, K.; FINK, B.; NEAVE, N.. Human pheromones and sexual attraction. **European Journal of Obstetrics & Gynecology and Reproductive Biology**, v. 118, n. 2, p. 135–142, 2005.
12. ROBERTS, S. C. et al. MHC-assortative facial preferences in humans. **Biology Letters**, v. 1, n. 4, p. 400–403, 2005.
13. ROBERTS, S. C.; LITTLE, A. C. Good genes, complementary genes and human mate preferences. **Genetica**, v. 132, n. 3, p. 309–321, 2008.
14. SINGH, D.; SINGH, D.. Role of body fat and body shape on judgment of female health and attractiveness: An evolutionary perspective. **Psihologijskete**, v. 15, n. 2, p. 331–350, 2006.
15. THORNHILL, R. GANGESTAD, S. W., MILLER, R., SCHEYD, G., MCCOLLOUGH, J. K., & Franklin, M. Major histocompatibility complex genes, symmetry, and body scent attractiveness in men and women. **Behavioral Ecology**, v. 14, n. 5, p. 668–678, 2003.
16. BARGH, J. A.; MCKENNA, K.Y.A. The Internet and social life. **Annual review of psychology**, v. 55, p. 573–590, 2004.
17. GRAEML, K. S.; VOLPI, J. H.; GRAEML, A.R. O impacto do uso (excessivo) da Internet no comportamento social das pessoas. **Revista Psicologia Corporal**, v. 5, p. 1–6, 2004.
18. SAMPAIO, A. **Amor na Internet: quando o virtual cai na real**. Editora Record, 2002.
19. COLETA, A.; COLETA, M.; GUIMARÃES, J.L.. O amor pode ser virtual? O relacionamento amoroso pela Internet. **Psicologia em estudo**, v. 3, n. 2, 2008.
20. FISCHER, M. L.; MOSER, A. M.; DINIZ, A. L.F. **Bioética e Educação: a Utilização do Nivelamento Moral como Balizador para Construção de um Agente Moral Consciente, Autônomo e Reflexivo in Bioética e Educação: Múltiplos Olhares** (Renk, VE org) Curitiba, Prisma, 2016. P.33–67
21. ABATH, D.; CARVALHO, N. A comunicação cotidiana em GTA IV: estudo de ambiências lúdicas na realidade virtual. **Culturas Midiáticas**, v. 3, n. 2, 2010.
22. ZIKAS, Dimitrios N. **Grande dicionário grego-português da moderna língua grega**. Curitiba: Syros, 1997.
23. HAYES, A. F. Age preferences for same-and opposite-sex partners. **The Journal of social psychology**, v. 135, n. 2, p. 125–133, 1995.
24. OVER, R.; PHILLIPS, G.. Differences between men and women in age preferences for a same-sex partner. **Behavioral and Brain Sciences**, v. 20, n. 01, p. 138–140, 1997.
25. DION, K.; BERSCHIED, E.; WALSTER, E. What is beautiful is good. **Journal of personality and social psychology**, v. 24, n. 3, p. 285, 1972.
26. THORNHILL, R.; GANGESTAD, S. W. Facial sexual dimorphism, developmental stability, and susceptibility to disease in men and women. **Evolution and Human Behavior**, v. 27, n. 2, p. 131–144, 2006.
27. CHIOU, W.; WU, W.; CHENG, W.. Sexy women can tempt men down the road of immorality: Exposure to sexy stimuli leads to increased dishonesty in men. **Evolution and Human Behavior**, 2017.
28. WILSON, E. O. **Da natureza humana**. TA Queiroz/Ed. da, 1981.
29. HILL, S. E.; BUSS, D. M. The mere presence of opposite-sex others on judgments of sexual and romantic desirability: Opposite effects for men and women. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 34, n. 5, p. 635–647, 2008.
30. GOFFMAN, E. On cooling the mark out: Some aspects of adaptation to failure. **Psychiatry**, v. 15, n. 4, p. 451–463, 1952.
31. WIERZBICKA, A. Conceptual primes in human languages and their analogues in animal communication and cognition. **Language Sciences**, v. 26, n. 5, p. 413–441, 2004.

32. WITMER, D. F.; KATZMAN, S. L. On-Line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents? **Journal of Computer -Mediated Communication**, v. 2, n. 4, 1997.

33. FRANCIS, L. E. Laughter, the best mediation: Humor as emotion management in interaction. **Symbolic Interaction**, v. 17, n. 2, p. 147–163, 1994.

34. DARWIN, C. **A expressão das emoções no homem e nos animais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. (Originalmente publicado em 1872).

35. KENSINGER, Elizabeth A.; CORKIN, Suzanne. Memory enhancement for emotional words: Are emotional words more vividly remembered than neutral words? **Memory & cognition**, v. 31, n. 8, p. 1169–1180, 2003.

36. LUOR, T. T. WU, L. L., LU, H. P., & TAO, Y. H. The effect of emoticons in simplex and complex task-oriented communication: An empirical study of instant messaging. **Computers in Human Behavior**, v. 26, n. 5, p. 889–895, 2010.