



**UFAM**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
FACULDADE DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

AS RELAÇÕES ENTRE PERSONALIDADE, COMPORTAMENTO DE *PHUBBING* E  
USO DO *INSTAGRAM* DE BRASILEIROS

ADRIANE DE ALMEIDA SANTOS

MANAUS- AM

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
FACULDADE DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

AS RELAÇÕES ENTRE PERSONALIDADE, COMPORTAMENTO DE *PHUBBING* E  
USO DO *INSTAGRAM* DE BRASILEIROS

ADRIANE DE ALMEIDA SANTOS

Orientador: Marck de Souza Torres

Dissertação apresentada para obtenção do  
título de Mestra em Psicologia pela  
Universidade Federal do Amazonas no  
Programa de Pós-Graduação em Psicologia.

MANAUS- AM

2023

### Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

S237r Santos, Adriane de Almeida  
As relações entre personalidade, comportamento de Phubbing e uso do Instagram de brasileiros / Adriane de Almeida Santos . 2023 73 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Marck de Souza Torres  
Dissertação (Mestrado em Psicologia: Processos Psicológicos e Saúde) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Comportamento de Phubbing. 2. Escala de Phubbing. 3. Adaptação Cultural. 4. Instagram. 5. Personalidade. I. Torres, Marck de Souza. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
FACULDADE DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

AS RELAÇÕES ENTRE PERSONALIDADE, COMPORTAMENTO DE *PHUBBING* E  
USO DO *INSTAGRAM* DE BRASILEIROS

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Marck de Souza Torres  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Presidente/Orientador

Profa. Dra. Tatiana Quarti Irigaray  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS  
Titular Externo

Prof. Dr. Jean Natividade  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-RIO  
Suplente Externo

Profa. Dra. Gisele Cristina Resende  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Titular Interna

Prof. Dr. Breno de Oliveira Ferreira  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Suplente Interno

“Eu acho que as tecnologias são moralmente neutras até aplicá-las. É só quando os usamos para o bem ou para o mal que eles se tornam bons ou malvados.”

*William Gibson*

“Em tempos, os homens entregavam o pensamento às máquinas, na esperança de que isso os libertasse. Mas só permitiu que outros homens com máquinas os escravizassem.”

*Frank Herbert*

“O que você teme senhora? Ele perguntou. “A gaiola”, disse. Ficar atrás das grades, até que o hábito e a velhice me façam aceitá-las, e todas as chances de fazer grandes feitos estejam além da lembrança e do desejo.”

“Realmente o mundo está cheio de perigos, mas ainda há muita coisa bonita, e embora atualmente o amor e a tristeza estejam misturados em todas as terras, talvez o primeiro ainda cresça com mais força.”

*J.R.R Tolkien*

“É apenas isto: se você vai ser humano, tem um monte de coisas no pacote. Olhos, um coração, dias e vida. Mas são os momentos que iluminam tudo. O tempo que você não nota que está passando... é isso que faz o resto valer”

*Neil Gaiman*

## AGRADECIMENTOS

Enfim chegou à conclusão do mestrado, um sonho que parecia tão distante e inacessível para uma mulher, pobre e estudante de escola pública que sempre soube que títulos como mestre não foram feitos para ela, mas usou isso de motivação para ocupar este espaço. Fazer este mestrado em meio a uma pandemia e em meio às várias tentativas de desmonte da ciência e da educação brasileira foi um grande desafio, chegar nesse lugar não foi fácil, e não poderia deixar de agradecer a todos que estiveram comigo nessa jornada.

Agradeço à Coordenação do Programa de Pós Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Amazonas - PPGPSI UFAM, que sempre tão prontamente e cordialmente, me auxiliaram em momentos de dúvidas administrativas e procedimentos, especialmente ao professor Breno, Professora Gisele e à Paula, minha colega de turma e representante discente no colegiado, por todo acolhimento durante este período, é sabido que experiências acadêmicas podem ser hostis, mas vi afeto e gentileza em vocês o que tornou essa caminhada mais leve e agradável.

Ao meu orientador Marck Torres, pela paciência, compreensão e por todos os ensinamentos, espero cultivá-los sempre dentro de mim. Mas antes de tudo, agradeço o nosso encontro ainda na graduação de Psicologia. O senhor viu potencial onde eu via apenas limitações me inspirando a seguir o caminho da docência e desde então o tenho como um modelo, não só de profissional, mas de ser humano. Serei eternamente sua fã e grata por tê-lo em minha vida.

Aos meus amigos, Kaleo, Pedro e Douglas, obrigada por todas as risadas, pela partilha, pelas conversas e pela cumplicidade, vocês foram respiro em tempos difíceis, obrigada pela compreensão da ausência nesses 2 anos e por fazerem serem únicos cada pequeno encontro que tivemos nesse período.

Ao meu companheiro Vitor, obrigada por todo amor que se manifestou em apoio e presença nos momentos mais difíceis, você comemorou cada pequena vitória e foi abraço quando necessário, obrigada por estar na cadeira do lado quando precisei ver o sol nascer na frente do computador.

Aos meus familiares, principalmente meu pai e minha mãe, que me acompanham dia a dia, se esforçaram, sofreram e sacrificaram para que eu pudesse chegar tão longe, é em suas palavras, conselhos e orientações que penso quando a jornada se torna muito difícil. Apesar das dificuldades, agradeço aos meus pais pelas oportunidades que me deram, espero um dia retribuir como vocês merecem, os amo infinitamente.

Por fim, agradeço a Deus, que me deu força todos os dias para continuar e me permitiu chegar até aqui, agradeço por tudo que tenho e sou, e que esta conquista seja prova de sua bondade e cuidado.

## RESUMO

O Comportamento de *Phubbing* (CP) pode ser definido como o ato de ignorar outras pessoas em um contexto de interação face a face, como um jantar ou uma conversa entre amigos, para dedicar atenção ao uso do *smartphone*. Esta dissertação se dividiu em dois estudos: o primeiro estudo realizou a adaptação cultural e validação psicométrica da Escala de *Phubbing* (EP) para o contexto brasileiro. Participaram 1551 adultos brasileiros 61,7 % do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos (M = 31,6 anos; DP = 9,6 anos). A coleta de dados foi realizada *online* e os instrumentos utilizados foram o questionário sociodemográfico e a Escala de *Phubbing*. Foram realizadas Análise Fatorial Exploratória, Análise Fatorial Confirmatória, Análise de Rede e Teste de *Mann-Whitney*. Os resultados indicaram que a versão brasileira da escala de *Phubbing* apresentou propriedades psicométricas e consistência interna adequadas que suportam uma estrutura de dois fatores, Distúrbio de Comunicação e Obsessão por Telefone. O segundo estudo investigou as relações entre Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram*, Traços de Personalidade com base na teoria do *Big Five* e variáveis sociodemográficas por meio de análises de correlação, regressão linear múltipla e MANOVA na população brasileira. Participaram 1551 adultos brasileiros 61,7% do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos (M = 31,6 anos; DP = 9,6 anos). A coleta de dados foi *online* e os participantes responderam os seguintes instrumentos, questionário sociodemográfico, Escala de *Phubbing* (EP), Escala Reduzida de Descritores de Personalidade – RED5 e Escala Bergen de Adição ao Instagram - EBAI. Os resultados encontraram relações significativas entre uso de *Instagram*, traço de neuroticismo, conscienciosidade e Comportamento de *Phubbing*. As variáveis idade e escolaridade não apresentaram impacto significativo no CP e em relação ao gênero, apenas a variável uso excessivo de *Instagram* apresentou diferenças estatisticamente significativas, sendo que mulheres apresentaram escores maiores do que homens. Concluiu-se que os traços de personalidade possuem forte relação com o desenvolvimento de CP, sendo que o neuroticismo e uso do *Instagram* atuam como fatores de risco ao CP e a conscienciosidade como fator protetivo.

Palavras-Chave: Comportamento de *Phubbing*. Escala de *Phubbing*. Adaptação Cultural. *Instagram*. Personalidade.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS ESTUDO I

Figura 1: Rede da Escala de <i>Phubbing</i> .....	28
Figura 2: Modelo bifatorial da Escala de Phubbing com cargas padronizadas.....	30

### QUADROS ESTUDO 1

Quadro 1 - Processo de adaptação transcultural com base no modelo de Borsa, Damásio e Bandeira (2012).....	21
--	----

## LISTA DE TABELAS

### ESTUDO I

Tabela 1: Estrutura fatorial da Escala de <i>Phubbing</i> .....	27
Tabela 2: Índices de ajuste do modelo da Escala de <i>Phubbing</i> .....	29
Tabela 3: Médias, desvios padrão e correlações com intervalos de confiança.....	31
Tabela 4: Diferenças das médias das dimensões da Escala de <i>Phubbing</i> para gênero.....	31

### ESTUDO II

Tabela 1: Análise de correlação entre variáveis.....	46
Tabela 2: Variáveis preditoras do Comportamento de <i>Phubbing</i> .....	47
Tabela 3: Estatística descritivas para as variáveis EBAI e <i>Phubbing</i> subdivididas por escolaridade e gênero.....	48

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b>	13
<b>REFERÊNCIAS</b>	16
<b>ESTUDO I</b>	18
<b>ESTUDO DE VALIDAÇÃO E ADAPTAÇÃO CULTURAL DA ESCALA DE PHUBBING</b>	18
<b>RESUMO</b>	18
1 INTRODUÇÃO	18
2 MÉTODO	22
2.1 PROCEDIMENTOS PARA TRADUÇÃO E ADAPTAÇÃO DA ESCALA DE PHUBBING	22
2.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	25
2.3 PARTICIPANTES	25
2.4 INSTRUMENTOS	26
2.5 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS	26
2.6 PROCEDIMENTOS ÉTICOS	27
3. RESULTADOS	27
3.1 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA	27
3.2 ANÁLISE FATORIAL CONFIRMATÓRIA	30
4 DISCUSSÃO	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
<b>REFERÊNCIAS</b>	37
<b>ESTUDO 2</b>	40
<b>AS RELAÇÕES ENTRE COMPORTAMENTO DE PHUBBING, PERSONALIDADE E USO DO INSTAGRAM DE ADULTOS BRASILEIROS</b>	40
<b>RESUMO</b>	40
1 INTRODUÇÃO	40
2 MÉTODO	44
2.1 DELINEAMENTO	44
2.2 PARTICIPANTES	45
2.3 INSTRUMENTOS	45
2.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	46
2.5 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS	47
2.6 PROCEDIMENTOS ÉTICOS	47

3 RESULTADOS	47
4 DISCUSSÃO	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
<b>REFERÊNCIAS</b>	55
<b>CONCLUSÃO</b>	60
<b>ANEXOS</b>	61
ANEXO 1 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE	62
ANEXO 2 - Questionário Sociodemográfico - Adaptado de Gameiro (2019)	67
ANEXO 3 - Escala Reduzida de Descritores de Personalidade (RED-5) (de Natividade e Hutz, 2015)	70
ANEXO 4 - Escala Bergen de Adição ao Instagram (EBAI) de Monteiro et al., 2020	71
ANEXO 5 – Escala de Phubbing Versão Original de Karadag et al. (2015)	72
ANEXO 6 – Escala de Phubbing Versão Brasileira em Português com 9 itens	73
ANEXO 7 – E-mail de confirmação da submissão na revista Paidéia do artigo referente ao estudo 1 da presente dissertação	74

## APRESENTAÇÃO

O Comportamento de *Phubbing* (CP) consiste no ato de ignorar alguém em uma situação social para prestar atenção no celular escapando da comunicação interpessoal presencial. O termo é a junção das palavras *phone* (telefone) + *snubbing* (ignorar), ou seja, o ato de ignorar por meio do uso do *smartphone*, tal comportamento pode gerar uma série de perturbações sociais nas vidas tanto dos sujeitos que praticam o CP, quanto dos que são vítimas dele (KARADAG *et al.*, 2015; ROTONDI; STANCA; TOMASUOLO, 2017).

Um estudo realizado por Abramova *et al.* (2017) com o objetivo de explorar as consequências do CP entre estudantes mostrou que aqueles que usam o *smartphone* por uma quantidade substancial de tempo durante a aula, para prática de atividades não relacionadas ao estudo, como enviar mensagens de texto, navegar na *internet*, acessar redes sociais e jogar, ocupam cerca de um terço do tempo da aula, o que interfere no tempo de estudo trazendo prejuízo ao desempenho acadêmico, porém, os estudantes não percebem tal atitude como prejudicial.

No âmbito dos relacionamentos amorosos, Wang *et al.* (2017) investigaram na população chinesa o efeito indireto do CP do parceiro na depressão por meio da satisfação no relacionamento. Os resultados indicaram que o CP teve um efeito negativo sobre a satisfação com o relacionamento, que por sua vez, teve um efeito negativo sobre a depressão. O CP não só traz impactos, como insatisfação, para a relação do casal como também aumenta os níveis de depressão, ansiedade, prejudica a confiança do par e gera conflitos entre o casal.

No que diz respeito às relações interpessoais, Chotpitayasunondh e Douglas (2018) investigaram experimentalmente as consequências sociais do CP e identificaram que o aumento do CP afetou de forma significativa e negativa a qualidade da comunicação percebida e a satisfação com o relacionamento, reduzindo o senso de pertencimento e aumentando afetos negativos. Já a pesquisa de Rotondi, Stanca e Tomasuolo (2017) investigou o papel do *smartphone* na qualidade das interações sociais e no bem-estar subjetivo e concluiu que o tempo passado com os amigos vale menos e a satisfação em estar com os amigos é menos forte para quem pratica CP ou é vítima dele o que causa impacto na vida social dos sujeitos.

Em contexto familiar Xie *et al.* (2019) investigaram se o vício de adolescentes em telefones celulares aumenta após serem vítimas de CP praticado pelos pais e concluiu que ter pais praticantes de CP estava positivamente relacionado ao vício em *smartphones* na adolescência, ilustrando que o CP dos pais é um fator de risco para o vício em telefones

celulares na adolescência, logo, o presente cenário deixa os adolescentes mais próximos de também se tornarem praticantes de CP.

O CP é responsável por despertar nos indivíduos que são ignorados um sentimento de exclusão social, o que leva os mesmos a ter uma necessidade maior de atenção. Isso acaba levando-os a utilizar as mídias sociais com maior frequência na esperança de recuperar o senso de inclusão. Dessa forma, depois de tanto compartilhar momentos em que são ignorados, acabam reproduzindo o CP, agindo de maneira intencional ou não, essa atitude contribui para que o CP seja visto como algo passível de ser aceito na sociedade (CHOTPITAYASUNONDH; DOUGLAS, 2018; ROBERTS; DAVID, 2017).

O surgimento de tal fenômeno fez necessário o desenvolvimento de um instrumento capaz de mensurar esse construto, assim o pesquisador turco Karadag *et al.* (2015) desenvolveram uma Escala de *Phubbing* (EP) em inglês contendo 10 itens e sendo dividida em 2 fatores (Distúrbio de Comunicação  $\alpha = 0,87$  e Obsessão por Telefone  $\alpha = 0,85$ ). Diversos países realizaram a adaptação cultural desta escala para suas respectivas populações, o que levou à criação de outros modelos.

Buscando entender as causas do CP, foram investigados os antecedentes psicológicos do comportamento, Erzen *et al.* (2021) examinaram a relação entre os Traços de Personalidade do *Big Five* e o CP, concluindo que o neuroticismo e a conscienciosidade foram preditores significativos de CP, chamando a atenção para a relevância de se considerar a relação entre CP e personalidade. O modelo do *Big Five* é resultado de um conjunto de pesquisas que se basearam em questionários de avaliação da personalidade e surgiu da identificação de adjetivos descritivos dos traços utilizados na linguagem natural para descrever as diferenças individuais de personalidade se enquadrando na teoria dos traços e descrevendo a personalidade em termos de cinco grandes dimensões que reúnem uma variedade de traços biológicos e psicológicos. O modelo proposto por Costa e McCrae identifica cinco dimensões: Neuroticismo, Extroversão, Abertura à experiência, Amabilidade e Conscienciosidade (SMITH; HANGES; DICKSON, 2001; COSTA; MCCRAE, 2000).

Já Karadag *et al.* (2015) se basearam nos antecedentes do *Phubbing* ligados à vícios tecnológicos e apontaram que o CP está relacionado com uma variedade de vícios tecnológicos, como o vício em celular/*smartphones*, *internet*, redes sociais *online* (RSOs) e jogos digitais, mas a associação com o vício em RSOs foi o que mais se destacou. O desenvolvimento de aplicativos específicos para utilização de RSOs, quebrou a barreira do acesso físico, pois o computador deixou de ser necessário para acessá-las. O *smartphone*

possibilita o acesso à *internet* que, por sua vez, permite o acesso frequente às RSOs. (FAGUNDES, 2019; GUAZZINI *et al.*, 2019).

O *Instagram* é um exemplo de RSO criada especificamente para ser utilizada por meio de aplicativo no *smartphone*, existindo a possibilidade de ser acessada através do computador, porém com poucas funções, sendo todos os seus recursos plenamente utilizáveis apenas quando acessada pelo *smartphone*. A rede é uma das maiores do mundo, contando com 1,48 bilhão de usuários ativos no mundo em 2022, o Brasil se destaca no cenário mundial, com 119,5 milhões de usuários, sendo o terceiro país com maior número de usuários (HOOTSUITE, 2022). O grande posicionamento do *Instagram* a nível global e mais especificamente no Brasil, somado ao fato de que tal rede foi feita pensadamente para uso em *smartphones*, equipamento que medeia o CP além do fato de que as RSOs podem ter um maior potencial eliciador de CP tornam relevante investigar a relação entre CP e *Instagram*.

Embora as pesquisas sobre o uso de RSOs estejam avançando, cada rede apresenta especificidades que as distinguem entre si, o que faz com que a forma de uso não seja igual para todas e conseqüentemente os efeitos desse uso seja diferente nos indivíduos e o resultado da interação entre RSOs e outras variáveis (e.g. personalidade e CP) sejam diferentes a depender da rede social abordada. Em relação ao *Instagram*, há ainda poucos estudos que expliquem quais variáveis são capazes de prever o comportamento dos usuários, porém, uma vez que esta rede pode estar associada ao CP, um comportamento problemático em ascensão que gera danos sociais e à saúde mental, se faz necessário pensar como fatores como a personalidade, se relaciona não somente com o CP, mas também como ela pode influenciar nos padrões de uso do *Instagram* (KIRCABURUN; GRIFFITHS, 2018).

A relação entre CP, *Instagram* e personalidade foi investigada por Balta *et al.* (2018), o objetivo foi investigar as relações entre neuroticismo, traços de ansiedade, traços de *Fear of Missing Out* - FoMO, que pode ser entendido como o medo de ficar fora do mundo tecnológico, Comportamento de *Phubbing* e uso problemático do *Instagram*. Os resultados indicaram que o neuroticismo está indiretamente associado ao CP através do uso problemático do *Instagram*, o neuroticismo estava relacionado ao maior uso problemático do *Instagram* e, por sua vez, o uso problemático do *Instagram* levou a um maior CP.

Mesmo com a crescente produção científica que aborda de maneira individual as possíveis relações entre personalidade, uso problemático do *smartphone*, vício em *internet*, uso de RSOs, uso do *Instagram* e CP, ainda há uma escassez de estudos que abordem a relação personalidade, com base no modelo do *Big Five*, *Instagram* e *Phubbing*, e mesmo o estudo de Balta *et al.* (2018) tendo investigado a correlação entre essas três variáveis, tal

estudo não considerou todos os traços do modelo do *Big Five*, mas se ateve apenas ao traço do neuroticismo, aspecto no qual se diferencia a proposta da presente pesquisa.

A presente dissertação objetiva investigar a relação entre o comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram* e Personalidade considerando todos os traços de personalidade do modelo do *Big Five*, além de realizar a validação da Escala de *Phubbing* para o contexto brasileiro por meio de dois estudos, o primeiro teve por objetivo realizar adaptação cultural e análise das evidências de validade da Escala de *Phubbing* de Karadag *et al.* (2015). O segundo estudo foi delineado com objetivo de investigar as relações entre a Personalidade com base no modelo do *Big Five*, o uso do *Instagram*, o Comportamento de *Phubbing* e variáveis sociodemográficas se utilizando de análises de correlação, regressão linear múltipla e MANOVA.

Vale ressaltar, que a presente dissertação de mestrado está vinculada ao Grupo de Pesquisa em Contextos Clínicos e Avaliativos (GPeCCA) certificado pelo CNPq, e está ligado à linha de Pesquisa Processos Psicológicos e Saúde do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Amazonas.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVA, Olga et al. To Phub or not to Phub: Understanding off-Task Smartphone Usage and its Consequences in the Academic Environment. In: **ECIS**. 2017. p. 127.
- BALTA, Sabah et al. Neuroticism, trait fear of missing out, and Phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. **International Journal of Mental Health and Addiction**, v. 18, n. 3, p. 628-639, 2020.
- CHOTPITAYASUNONDH, Varoth; DOUGLAS, Karen M. The effects of “Phubbing” on social interaction. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 48, n. 6, p. 304-316, 2018.
- COSTA, P.; MCCRAE, R. NEO PI-R Manual profissional. NEO PI-R, Inventário de personalidade NEO revisto. **Lisboa: CEGOC-TEA, Lda**, 2000.
- ERZEN, Evren; ODACI, Hatice; YENIÇERI, İlknur. Phubbing: Which personality traits are prone to Phubbing?. **Social Science Computer Review**, v. 39, n. 1, p. 56-69, 2021.
- FAGUNDES, Luiza Seabra. Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram : O impacto da comparação social e da personalidade. (Doctoral dissertation, PUC-Rio), 2019.
- GUAZZINI, Andrea et al. An explorative model to assess individuals’ Phubbing risk. **Future Internet**, v. 11, n. 1, p. 21, 2019.
- HOOTSUITE. The Global State of Digital 2022 (hootsuite.com).

KARADAĞ, Engin et al. Determinants of Phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. **Journal of behavioral addictions**, v. 4, n. 2, p. 60-74, 2015.

KIRCABURUN, Kagan; GRIFFITHS, Mark D. Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. **Journal of behavioral addictions**, v. 7, n. 1, p. 158-170, 2018.

ROBERTS, James A.; DAVID, Meredith E. Put down your phone and listen to me: How boss Phubbing undermines the psychological conditions necessary for employee engagement. **Computers in Human Behavior**, v. 75, p. 206-217, 2017.

ROTONDI, Valentina; STANCA, Luca; TOMASUOLO, Miriam. Connecting alone: Smartphone use, quality of social interactions and well-being. **Journal of Economic Psychology**, v. 63, p. 17-26, 2017.

SMITH, D. Brent; HANGES, Paul J.; DICKSON, Marcus W. Personnel selection and the five-factor model: Reexamining the effects of applicant's frame of reference. **Journal of Applied Psychology**, v. 86, n. 2, p. 304, 2001.

XIE, Xiaochun et al. Parents' Phubbing increases Adolescents' Mobile phone addiction: Roles of parent-child attachment, deviant peers, and gender. **Children and Youth Services Review**, v. 105, p. 104426, 2019.

WANG, Xingchao et al. Partner Phubbing and depression among married Chinese adults: The roles of relationship satisfaction and relationship length. **Personality and Individual Differences**, v. 110, p. 12-17, 2017.

## ESTUDO I

### ESTUDO DE VALIDAÇÃO E ADAPTAÇÃO CULTURAL DA ESCALA DE *PHUBBING*

#### RESUMO

O Comportamento de *Phubbing* (CP), ato de ignorar as pessoas durante uma interação presencial face para dedicar atenção ao *smartphone*, tem sido um fenômeno cada vez mais comum de se observar na sociedade atual. Este estudo objetivou adaptar e avaliar a versão em português da Escala de *Phubbing* (EP) e examinar suas propriedades psicométricas. Participaram da pesquisa 1551 adultos brasileiros 61,7 % do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos (M = 31,6 anos; DP = 9,6 anos). Os resultados da análise fatorial exploratória evidenciou uma estrutura de dois fatores oblíquos de primeira ordem, Distúrbio de Comunicação (DC) e Obsessão por Telefone (OT). A consistência interna (alfa de *Cronbach*) de DC = 0,83 e OT = 0,75, indica índices satisfatórios. Concluiu-se que a versão brasileira da EP é uma ferramenta curta e de fácil administração adequada para avaliar o CP em adultos brasileiros.

Palavras-Chave: Comportamento de Phubbing. Escala de Phubbing. Adaptação cultural. Brasil

#### 1 INTRODUÇÃO

O Comportamento de *Phubbing* (CP) é o ato de ignorar alguém em uma situação social prestando atenção no celular e escapando da comunicação interpessoal presencial, o fenômeno ocorre em ambientes sociais que podem ser compostos por duas ou mais pessoas onde um ou mais dos sujeitos presentes interagem com o *smartphone* e não com as outras pessoas, ignorando os presentes durante uma conversa cara a cara. O termo é a junção das palavras *phone* (telefone) + *snubbing* (ignorar), ou seja, o ato de ignorar por meio do uso do telefone, o que pode ser adaptado em nosso momento atual para ignorar por meio do uso do *smartphone*, além disso, também existem terminologias para os praticantes, chamados de *phubbers* e quem é ignorado recebe o nome de *phubbee* (KARADAG *et al.*, 2015; BLANCA; BENDAYAN, 2018; ABEELE, 2020; CHOTPITAYASUNONDH; DOUGLAS, 2018).

Para a mensuração do CP, Karadağ *et al.* (2015) desenvolveram a Escala de *Phubbing* (EP), uma escala de 10 itens contendo dois fatores, cada um com cinco itens, sendo o primeiro o Fator de Distúrbio de Comunicação (FDC) (itens 1, 2, 3, 4 e 10) que se refere a avaliação das perturbações existentes nas comunicações ao lidar com o *smartphone* em um ambiente de comunicação face a face, e o segundo, o Fator de Obsessão por Telefone (FOT) (itens 5, 6, 7, 8 e 9) que se refere a quanto as pessoas precisam constantemente de seus telefones celulares em ambientes sem comunicação face a face.

O CP está na intersecção de vários vícios tecnológicos (e.g. vício em *internet*, mídias sociais, jogos digitais e celular) podendo ser considerado o resultado da combinação deles (KARADAG *et al.*, 2015; IVANOVA *et al.*, 2020; XIE *et al.*, 2019). A análise sistemática e meta-análise de Meng *et al.* (2022) que objetivou sintetizar as características de prevalência global da dependência de vários subtipos de vício digital na população geral incluiu 495 artigos com 504 estudos (341 estudos forneceram dados de prevalência sobre dependência de *Internet*, 82 sobre dependência de *smartphones* e 31 sobre dependência de mídia social) abrangendo 2.123.762 indivíduos de 64 países por meio de 7 (1,30%) estudos de 4 países da região africana, 33 (6,12%) de 6 países da região das Américas, 52 (9,65%) de 11 países na região do Mediterrâneo Oriental, 177 (32,83%) de 26 países da região europeia, 44 (8,16%) de 7 países da região do Sudeste Asiático e 224 (41,56%) estudos de 10 países da região do Pacífico Ocidental.

Os resultados mostraram que as estimativas globais de prevalência combinadas foram de 26,99% para dependência de *smartphones*, 17,42% para vício em mídia social e 14,22% para vício em *Internet*, identificando que até um quarto da população geral pode ser afetada por pelo menos um subtipo de dependência digital. A maior prevalência de dependência digital foi encontrada na região do Mediterrâneo Oriental e em países de renda baixa/média-baixa. Também foi encontrada uma tendência crescente de dependência digital nas últimas duas décadas, além disso, identificaram-se evidências de que a pandemia de COVID-19 exacerbou essa tendência crescente de dependência digital (MENG *et al.*, 2022).

Até o momento não se tem informação sobre um estudo epidemiológico especificamente sobre o CP, porém, dado que ele pode ser considerado um produto da interação de vários vícios tecnológicos e considerando os dados epidemiológicos de vários vícios digitais citados anteriormente, se fez relevante investigar este comportamento na sociedade, o que levou ao desenvolvimento de pesquisas em diferentes lugares do mundo como é o caso de Brkljačić, Šakić e Kaliterna-Lipovčan (2018), na Croácia que objetivou identificar os preditores e consequências do CP em uma perspectiva transcultural, a pesquisa

foi realizada com 688 estudantes com idade média de 22 anos e avaliou CP, hábitos de uso do celular, dependência de *internet*, satisfação com a vida e autocontrole. Os resultados indicaram que o CP e o abuso de *smartphones* foi mais frequente entre as mulheres que buscavam mais frequentemente do que os homens, gratificação social por meio de mensagens e redes sociais *online* (RSOs), enquanto o vício na *internet*, geralmente relacionado a jogos, foi mais frequente entre os homens.

Na Itália, Guazzini *et al.* (2019) desenvolveram um modelo multidimensional de CP considerando dimensões psicológicas (e.g. traços de ansiedade, senso de percepção e neuroticismo) e hábitos comportamentais de utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Participaram da pesquisa 361 pessoas, sendo 306 mulheres (84,8%) e 55 homens (15,2%) com idade entre 15 e 68 anos, a maioria era italiano (98,6%) e 71,7% eram estudantes em tempo integral. Os resultados destacaram uma forte conexão do CP com comportamentos de vício *online* (e.g. vício em mídia social, vício em *internet*), bem como com determinantes psicológicos e psicossociais de comportamentos compulsivos *online* (e.g. ansiedade-traço e a ansiedade social) confirmando que aqueles com maior nível de ansiedade praticam mais CP e o senso de pertencimento atuou como fator de proteção nesse modelo reduzindo o componente de obsessão por telefone enquanto o neuroticismo o aumentou.

O estudo ucraniano de Ivanova *et al.* (2020) investigou a relação entre dependência de celular, depressão e CP em 402 estudantes universitários com idades entre 17 e 31 anos, sendo 74% deles mulheres. Os resultados mostraram que o vício em celular está positivamente correlacionado com CP. Além dos estudos que visam compreender melhor o fenômeno de *Phubbing*, outros foram desenvolvidos com o objetivo de compreender o impacto do CP em diferentes populações e contextos.

No que diz respeito à vida acadêmica, o estudo de Abramova *et al.* (2017) com o objetivo de explorar o fenômeno do *Phubbing* e suas consequências entre estudantes universitários realizado com 60 participantes, sendo 32 mulheres e 28 homens, identificou que o *Phubbing* interfere no tempo de estudo trazendo prejuízo ao seu desempenho, porém, os estudantes não percebem tal atitude como prejudicial.

Referente ao vínculo amoroso o estudo de Cizmeci (2017), feito com 15 universitários turcos, sendo oito mulheres e sete homens, com idades entre 19 e 21 anos objetivou demonstrar como o uso de *smartphones* molda os relacionamentos românticos e descobriram que o CP tem um impacto negativo nestes, gerando problemas de confiança que geram entre os parceiros comportamentos semelhantes aos sintomas de ansiedade de apego, além de causar conflitos diminuindo a satisfação no relacionamento e o bem-estar individual. Já o

estudo de Wang *et al.* (2017) investigou o efeito indireto do *Phubbing* do parceiro na depressão por meio da satisfação com o relacionamento, participaram 243 adultos chineses casados, sendo 156 mulheres e 87 homens maiores de 26 anos, em sua maioria residentes de zona urbana (192 participantes), e 51 da zona rural. Os resultados indicaram que o CP do parceiro teve um efeito negativo na satisfação com o relacionamento e a satisfação no relacionamento teve um efeito negativo na depressão. O CP do parceiro teve um impacto positivo indireto na depressão por meio da satisfação no relacionamento, e esse efeito foi observado somente entre os casados há mais de sete anos.

Tais pesquisas evidenciam a importância da adaptação da Escala de *Phubbing* para as populações de diferentes países, porém, o processo de validação e adaptação cultural da EP para as mais variadas populações no mundo acabaram levando ao desenvolvimento de outros modelos do instrumento. A versão em espanhol da EP desenvolvida por Blanca e Bendayan, (2018) contou com algumas diferenças em relação à versão original de Karadag *et al.* (2015), ao contrário do modelo fatorial proposto originalmente, as análises indicaram que o item 5 carregou no Fator 1 (F1) e o item 10 no Fator 2 (F2), caracterizando assim o surgimento de um novo modelo.

Por sua vez, Błachnio *et al.* (2021) investigaram como a EP (contendo 10 itens) poderia variar entre os países e entre os gêneros, os dados foram coletados em 20 países e resultados apontaram que os itens 5 e 10 obtiveram baixa carga fatorial com os demais itens da escala resultando em índices de ajuste insatisfatórios. Assim, os pesquisadores desenvolveram um novo modelo de oito itens (sem o item 5 e o item 10) e com dois fatores. Esse modelo não apresentou um bom ajuste em dois países da amostra, porém apresentou boas propriedades psicométricas nos outros 18 países.

Os pesquisadores portugueses García-Castro *et al.* (2022) realizaram uma pesquisa sobre as propriedades psicométricas do Escala de *Phubbing* de 8 itens (PS-8) para fornecer mais evidências de validade sobre o seu uso na população portuguesa e evidências de validade baseadas em relações com outras variáveis que não foram abordadas na pesquisa anterior. Os resultados encontraram índices satisfatórios de adequação que suportam uma estrutura de dois fatores correlacionada.

Dado o crescente interesse pela pesquisa de *Phubbing* e a variedade de modelos da escala, medidas padrão com propriedades psicométricas adequadas precisam ser desenvolvidas e validadas para diferentes populações, se fazendo necessário o desenvolvimento de mais pesquisas sobre as propriedades psicométricas da Escala de *Phubbing* para fornecer maiores evidências de validade do uso ao redor do mundo e na

população do Brasil, para assim identificar qual modelo melhor se adequa a realidade brasileira ou identificar a necessidade de propor um novo modelo (BLANCA; BENDAYAN, 2018; GARCÍA-CASTRO *et al.*, 2022).

Com base no exposto, observa-se que investigar as evidências de validade psicométricas da EP no Brasil constitui-se como uma ação relevante a fim de disponibilizar um instrumento confiável para avaliar os níveis de CP nos indivíduos brasileiros para fins de diagnóstico e intervenção, bem como prevenção com foco na promoção de comportamentos mais saudáveis em relação ao uso das tecnologias e mídias sociais e consequentemente bem-estar psicológico e cultivo de relações interpessoais satisfatórias.

O presente estudo objetivou apresentar as evidências de validade da adaptação cultural da *Escala de Phubbing* para a população brasileira.

## 2 MÉTODO

### 2.1 PROCEDIMENTOS PARA TRADUÇÃO E ADAPTAÇÃO DA ESCALA DE PHUBBING

A adaptação transcultural de um questionário autoaplicável para uso em um novo país, cultura e/ou idioma requer uma metodologia para alcançar a equivalência entre os idiomas de origem e de destino. É reconhecido que, se as medidas devem ser usadas em diferentes culturas, os itens devem não apenas ser bem traduzidos linguisticamente, mas também adaptados culturalmente a fim de manter a validade do conteúdo do instrumento em diferentes culturas (BORSA; DAMÁSIO; BANDEIRA, 2012). O processo de adaptação da versão brasileira da Escala de *Phubbing* está baseado no modelo proposto pelos presentes autores composto por cinco etapas, como mostra o quadro 1 a seguir.

QUADRO 1 - PROCESSO DE ADAPTAÇÃO TRANSCULTURAL COM BASE NO MODELO DE BORSA, DAMÁSIO E BANDEIRA (2012).

<b>Etapa 1 - Tradução do idioma de origem para o idioma-alvo</b>
Deve-se evitar a tradução literal dos itens visando um equilíbrio entre considerações linguísticas, culturais, contextuais e científicas acerca do construto avaliado. Tradutores independentes bilíngues proficientes no idioma original e nativos no idioma alvo devem colaborar na adaptação dos itens ao novo idioma a fim de minimizar o risco de vieses linguísticos, psicológicos, culturais e de compreensão teórica e prática. Um tradutor deve ter conhecimento acerca da área de pesquisa na qual o instrumento a ser traduzido se insere, sua versão tende a fornecer maior semelhança científica do instrumento proporcionando, possivelmente, maior equivalência a partir de uma perspectiva psicométrica. O outro tradutor não deve estar ciente e nem ser informado dos conceitos que estão sendo quantificados e, preferencialmente, não ter formação na área de pesquisa na qual o instrumento a ser traduzido se insere, sua versão apresentaria menor probabilidade de

desvios em termo de significado dos itens, pois por estar menos influenciado pelo objetivo acadêmico da tradução, tenderia a oferecer uma versão que melhor reflita a linguagem utilizada pela população-alvo.
<b>Etapa 2 - Síntese das versões traduzidas</b>
Consiste em comparar as diferentes traduções e avaliar as suas discrepâncias semânticas, idiomáticas, conceituais, linguísticas e contextuais com o objetivo de chegar a uma versão única onde cada ponto discordante é resolvido por consenso. A equivalência entre as versões traduzidas e o instrumento original é avaliada por meio de quatro diferentes áreas: (1) equivalência semântica – é avaliado se as palavras apresentam o mesmo significado em ambos os idiomas, a presença de ambiguidades e a existência de erros gramaticais na tradução; (2) equivalência idiomática – é avaliado se os itens de difícil tradução da versão original foram adaptados de forma que não tenha mudado o significado cultural do item; (3) equivalência experiencial – avalia se os itens são aplicáveis na nova cultura e, em caso negativo, é feita a substituição por um item equivalente; (4) equivalência conceitual – avalia se determinado termo ou expressão, mesmo que traduzido adequadamente, avalia o mesmo aspecto em diferentes culturas.
<b>Etapa 3 - Avaliação da Síntese por Experts</b>
Um comitê de experts composto por profissionais da área de avaliação e se possível, com conhecimento específico acerca do construto avaliado pelo instrumento, realiza a avaliação da estrutura, layout, instruções do instrumento, a abrangência e adequação das expressões contidas nos itens. Os experts irão considerar, por exemplo, se os termos ou as expressões podem ser generalizados para diferentes contextos e populações (isto é, diferentes regiões de um mesmo país) e se as expressões são adequadas para aquele público a que o instrumento se destina.
<b>Etapa 4 - Avaliação pelo Público-Alvo</b>
Nessa etapa a versão do instrumento traduzido e aprovado pelo comitê de experts passa por um grupo de representantes do público-alvo com diferentes idades (dentro da faixa etária a que o instrumento se destina), bem como residentes em diferentes localidades e regiões do país, onde os participantes irão analisar a adequação dos itens e da estrutura do instrumento como um todo (se os termos são claros, se estão de acordo com a realidade, se estão bem redigidos). Em casos da não compreensão de algum item, os respondentes podem sugerir outra forma de escrita que melhor contemple o vocabulário do grupo a quem o instrumento se destina.
<b>Etapa 5 - Tradução Reversa – Back-translation</b>
É realizada a tradução da versão sintetizada e revisada do instrumento para o idioma de origem com o objetivo de avaliar em que medida a versão traduzida está refletindo o conteúdo dos itens, conforme propõe a versão original, além de identificar inconsistências grosseiras ou erros conceituais na tradução. A retrotradução é feita por outros dois tradutores que não participaram das duas primeiras traduções. Posteriormente, é feita uma síntese das versões retro traduzidas e esta síntese é enviada para o autor do instrumento original para que o mesmo possa afirmar se os itens têm, em sua essência, a mesma ideia conceitual que os itens originais.

Fonte: Adaptada de Borsa, Damásio e Bandeira (2012).

A adaptação cultural seguiu as recomendações de Borsa, Damásio e Bandeira (2012), nesse sentido, as etapas concluídas foram: (1) Tradução do idioma de origem para o idioma-alvo; (2) Síntese das versões traduzidas; (3) Avaliação da Síntese por Experts; (4) Avaliação pelo Público-Alvo e (5) Tradução Reversa – Back-translation.

Na primeira etapa, tradução do idioma de origem para o idioma-alvo: a escala foi traduzida do inglês para o português por dois pesquisadores independentes, cuja língua nativa era o português e eram fluentes e proficientes em inglês, residentes no Brasil e com

experiência prévia na tradução de instrumentos, sendo um deles psicólogo, e o outro sem ligação à área de conhecimento da presente pesquisa.

Na segunda etapa, síntese das versões traduzidas: trabalhando a partir do instrumento original, bem como das versões do primeiro e do segundo tradutor, foram identificadas as discrepâncias e sugestões de tradução dos termos por parte de cada um dos tradutores e após discussões e análises minuciosas, foi realizada uma síntese das duas versões o que gerou uma versão adaptada após os pontos discordantes serem resolvidos por consenso.

Na terceira etapa, avaliação da síntese por *experts*: o comitê de *experts* foi composto por três pesquisadores com titulação de doutorado e formação em psicologia, além de terem conhecimentos em avaliação psicológica, adaptação cultural e validação de instrumentos. Para uma compreensão didática, foi elaborado um documento que continha os itens da versão original e da versão proposta em português. Este instrumento solicitava a avaliação das equivalências semânticas e idiomáticas. Assim, aos juízes foi entregue a versão da Escala de *Phubbing* original em inglês, uma versão de apoio em espanhol já validada e adaptada culturalmente para a população espanhola e a síntese das duas traduções do inglês para o português. Em seguida foi solicitado aos juízes que marcassem as opções “sim” ou “não” indicando a adequação de cada um dos dez itens da escala e por fim, forneciam suas sugestões de alterações, caso achassem necessário. Os juízes receberam o instrumento por *e-mail* e para que o estudo ocorresse dentro do cronograma desejado, foi concedido o prazo de um mês para que os juízes realizassem a análise da tradução.

Na quarta etapa, mediante aprovação do Comitê de Ética da Universidade Federal do Amazonas foi realizada a avaliação pelo público-alvo: por meio de convite digital disponibilizado através de aplicativo de mensagem foram captados 30 participantes representantes do público-alvo do estudo que opinaram sobre a clareza, compreensão e qualidade da escrita dos itens e além disso, eles explicaram o que na redação de determinado item o tornou menos compreensível, se fosse este o caso, e forneceram sugestões de outras formas de escrever partes dos itens, como um termo ou expressão, a fim de corrigir a possível falta de clareza de um item. A avaliação pelo público-alvo foi realizada por meio da ferramenta *Google Forms* a qual os participantes tiveram acesso por meio de um *link* recebido juntamente com o convite para participação. A amostra foi escolhida por conveniência e composta por 30 jovens e adultos de várias regiões do Brasil, 14 participantes eram mulheres (46,7%) e 14 eram homens (46,7%). Dois participantes não responderam ao questionário sociodemográfico. A média de idade foi de 26,6 anos com intervalo entre 20 e 46 anos. O índice de compreensão desta versão traduzida da Escala de *Phubbing* foi de 94,3% e o de

qualidade de escrita foi de 92%. Com exceção dos itens 6 e 7 que obtiveram 100% de ambos os indicadores.

Na quinta etapa, tradução reversa – back-translation: dois tradutores que não participaram das duas traduções iniciais do estudo, realizam, cada um, uma tradução, do português para o inglês, da versão em português, sintetizada aprovada pelo comitê de experts e pelo grupo representativo do público-alvo. Após isso, foi feita uma síntese das duas versões retro traduzidas e esta síntese deu origem a uma versão retro traduzida que foi enviada para os autores da Escala de *Phubbing* original para que os mesmos pudessem afirmar se os itens tinham, em sua essência, a mesma ideia conceitual que os itens originais e os mesmos concederam uma resposta positiva. O instrumento foi aplicado em adultos brasileiros de maneira *online*, no processo de validação da Escala de *Phubbing* para o contexto brasileiro. A versão final consistirá no estudo formal com a população-alvo.

## 2. 2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Um formulário autoaplicável na ferramenta *Google Forms*, a qual possibilita a organização de pesquisas via *web*, foi utilizado para a realização da coleta de dados. A amostra foi recrutada por meio de divulgação nas redes sociais (e.g., *Facebook*, *Whatsapp*, *E-mail*, *Instagram*) por meio de *link* e com a descrição dos objetivos da pesquisa e da população-alvo. O tempo de aplicação dos instrumentos foi em média 5 minutos. Assim que os participantes acessaram o *link*, era gerada uma página com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os participantes começaram a responder os instrumentos após leitura e o aceite do TCLE e tiveram acesso a uma cópia do TCLE por meio de um *link*. A coleta foi realizada entre junho e agosto de 2022.

## 2. 3 PARTICIPANTES

Um total de 1551 adultos brasileiros, 61,7 % do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos ( $M = 31,6$  anos;  $DP = 9,6$  anos) participou do estudo. A participação foi voluntária e anônima e os participantes não receberam nenhuma recompensa financeira para contribuir com o estudo. Entre os participantes 62,5% eram brancos e 25,8% pardos. Em relação à escolaridade, 44,3% estavam cursando mestrado/doutorado, e 19% possuíam o ensino superior incompleto. Os participantes eram das cinco regiões brasileiras, sendo 38,9% do Sudeste, 28% do Sul, 15,5% do Nordeste, 11,3% do

Norte, 5,2% do Centro-Oeste e 1,1% do Distrito Federal. Os critérios de inclusão foram ser maior de 18 anos, brasileiro e residir em qualquer um dos estados brasileiros ou no Distrito Federal.

## 2.4 INSTRUMENTOS

- (1) Questionário Sociodemográfico (Anexo 2): Este instrumento investiga características sociodemográficas, tais como gênero, idade, estado civil, escolaridade, localidade de residência, orientação sexual, entre outros dados.
- (2) *Escala de Phubbing* (Anexo 5): A escala possui 10 itens que avaliam os níveis do Comportamento de *Phubbing* nos indivíduos. A Escala de *Phubbing* foi desenvolvida por Karadag *et al.* (2015) e é respondida por meio de uma escala tipo *Likert* de cinco pontos (1 nunca a 5 sempre). A escala avalia dois fatores, (1) Distúrbio de comunicação: pontuações mais altas indicam que os participantes frequentemente perturbam suas comunicações existentes ao lidar com seus telefones celulares em um ambiente de comunicação face a face. Este fator é composto pelos itens 1,2,3,4 e 10. (2) Obsessão por telefone: pontuações mais altas indicam que os participantes precisam constantemente de seus telefones celulares em ambientes sem comunicação face a face. Este fator é composto pelos itens 5,6,7,8 e 9. No estudo de validação da escala os *Alfas* de *Cronbach* para os fatores foram: 0,87 para o fator (1) Distúrbio de comunicação e 0,85 para o fator (2) Obsessão por telefone (KARADAG *et al.*, 2015).

## 2.5 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Para analisar a estrutura interna da EP, uma validação cruzada estratégica foi empregada, dividindo a amostra em dois grupos utilizando o programa IBM SPSS. De acordo com o procedimento usado por Karadağ *et al.* (2015), com a primeira amostra (n = 750) realizamos uma análise fatorial exploratória (AFE) utilizando o programa FACTOR (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2013).

Com a segunda amostra (n = 801), foi realizada análise fatorial confirmatória (AFC) para testar dois modelos, cada um com dois fatores: a) modelo 1, o modelo proposto por Karadağ *et al.* (2015), e b) modelo 2, uma nova proposta com diferentes carregamentos de itens nos fatores e fornecendo uma melhor justificativa do ponto de vista teórico no Brasil. A

análise foi implementada utilizando o método de estimação *Robust Diagonally Weighted Least Squares* (RDWLS) (DISTEFANO; MORGAN, 2014; LI, 2016).

Os índices de ajuste utilizados foram:  $\chi^2$ ;  $\chi^2/\text{gl}$ ; *Comparative Fit Index* (CFI); *Tucker-Lewis Index* (TLI); *Standardized Root Mean Residual* (SRMR) e *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Valores de  $\chi^2$  não devem ser significativos; a razão  $\chi^2/\text{gl}$  deve ser < que 5 ou, preferencialmente, < que 3; Valores de CFI e TLI devem ser > que 0,90 e, preferencialmente acima de 0,95; Valores de RMSEA devem ser < que 0,08 ou, preferencialmente < que 0,06, com intervalo de confiança (limite superior) < 0,10 (BROWN, 2015).

## 2.6 PROCEDIMENTOS ÉTICOS

O presente estudo foi avaliado pelo Comitê de Ética e Pesquisas com Seres Humanos da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), e foi aprovado com o parecer nº 5.454.908. Todos os participantes foram incluídos após leitura e aceite do TCLE.

## 3. RESULTADOS

A Escala de *Phubbing* (EP) composta por 10 itens construída por Karadag *et al.* (2015) apresenta um modelo de dois fatores, sendo o fator 1 denominado de Distúrbio da Comunicação composto pelos itens 1, 2, 3, 4 e 10, e o fator 2 que avalia a Obsessão por Telefone inclui os itens 5, 6, 7, 8 e 9. Na adaptação da EP para o contexto brasileiro, ao realizar análise fatorial exploratória (AFE) e confirmatória (AFC) a estrutura fatorial apresentou resultados de ajuste contraditórios aos do modelo original.

### 3.1 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA

Para obtenção de um modelo com propriedades psicométricas satisfatórias e consistência teórica, foram empregadas técnicas de análise exploratórias e confirmatórias. Na etapa exploratória, com metade da amostra (N = 750), foram extraídos dois fatores por meio dos métodos *Kaiser-Gutman*, Análise Paralela (TIMMERMAN; LORENZO-SEVA, 2011) e Análise de Redes (GOLINO; EPSKAMP, 2017). A matriz de correlação policórica dos itens atendeu aos pressupostos da AFE (TABACHNICK; FIDELL, 2013), pois o KMO foi de 0,87, o teste de *Bartlett* foi significativo ( $\chi = 3431,8$ ;  $\text{gl} = 45$ ;  $p < 0,001$ ), as comunalidades e cargas fatoriais superiores a 0,3 e 0,5, respectivamente (Tabela 1). Assim, a AFE realizada com os

dez itens originais da escala indicou a existência de dois fatores correlacionados (Distúrbio da comunicação e Obsessão por telefone) ( $r = 0,60$ ;  $p < 0,001$ ). Isso posto, pode-se afirmar que os dados empíricos obtidos na amostra brasileira se ajustaram de modo compatível com a teoria da escala original.

TABELA 1: ESTRUTURA FATORIAL DA ESCALA DE *PHUBBING*

Itens	Fator 1	Fator 2	Comunalidade
PE1. Meus olhos se voltam para meu celular quando estou com outras pessoas	<b>0.80</b>		0,65
PE2. Estou sempre ocupado(a) com meu celular quando estou com os(as) amigos(as)	<b>0.85</b>		0,72
PE3. As pessoas reclamam sobre como eu lido com meu celular.	<b>0.63</b>		0,39
PE4. Eu me ocupo com o celular quando estou em um jantar com os(as) amigos(as).	<b>0.79</b>		0,62
PE5. Eu não acho que incomodo meu(minha) companheiro(a) (ou familiares, se não tiver companheiro(a)) quando estou ocupado(a) no celular.	0.25		0,06
PE6. O meu celular está sempre ao meu alcance.		<b>0.59</b>	0,35
PE7. Uma das primeiras coisas que faço ao acordar é checar as mensagens no meu celular.		<b>0.56</b>	0,31
PE8. Sinto-me incompleto(a) sem meu celular.		<b>0.67</b>	0,45
PE9. A cada dia que passa eu aumento o uso do meu celular.		<b>0.64</b>	0,41
PE10. O tempo que dedico para atividades sociais, pessoais e profissionais diminui por causa do uso do celular.		<b>0.60</b>	0,36

Nota: Todos os parâmetros apresentaram,  $p < 0,001$ . As cargas padronizadas marcadas em negrito permaneceram na estrutura da escala associadas aos respectivos fatores

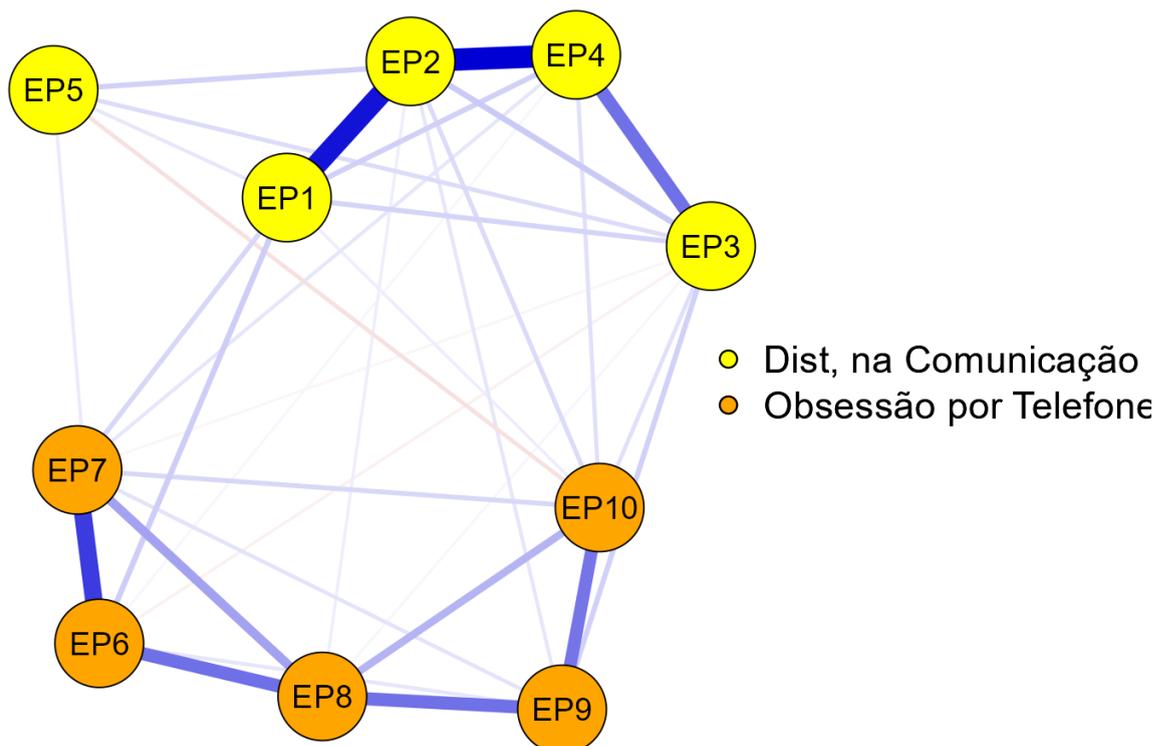
Os itens apresentaram cargas fatoriais adequadas, com cargas fatoriais elevadas em seus respectivos fatores. No entanto, o item 5 apresentou carga fatorial abaixo 0,30 e o item 10 carregou melhor no fator dois, Obsessão por Telefone.

A fim de aprofundar o conhecimento das relações dos itens da Escala, foi empregada a técnica multivariada de Análise de Redes (GOLINO; EPSKAMP, 2017). Esse método multivariado exploratório controla o problema do super ajuste dos itens por meio da

penalização do índice *Extended Bayesian Information Criterion* (EBIC), fixando em zero as correlações parciais de baixo peso. Como desfecho, há o melhor tratamento da multicolinearidade e a redução das correlações espúrias entre os itens, resultando em compreensões mais apuradas sobre os fatores, sua representação gráfica e a dinâmica das relações dos itens (GOLINO; EPSKAMP, 2017).

Assim, foi possível confirmar o número de fatores, explorar a representação gráfica da estrutura e a dinâmica das relações entre os itens. A Figura 1, da análise de redes, corrobora o modelo de dois fatores descrito na Tabela 1 cujos itens EP1, EP2, e EP3 e EP4 pertencem à Distúrbio de Comunicação (DC) e os itens EP6, EP7, EP8, EP9 e EP10 à Obsessão por Telefone (OT). A magnitude das correlações entre os itens é representada pela espessura e intensidade da cor das arestas. A análise de rede também confirmou a mudança de fator do item EP10, é possível ver na figura 1 que o item em questão se associa muito mais fortemente com os itens do fator de obsessão por telefone. Isso posto, restou clara a estrutura bidimensional do instrumento consonante com o modelo proposto por (KARADAG *et al.*, 2015). No entanto, com a baixa carga fatorial e pouca magnitude observada do EP5 na análise de rede, temos um novo modelo de 9 itens para o contexto brasileiro.

FIGURA 1: REDE DA ESCALA DE *PHUBBING*  
Network



### 3.2 ANÁLISE FATORIAL CONFIRMATÓRIA

Na fase confirmatória, a partir de análises com a parte da amostra que não foi utilizada na fase exploratória (N = 801), buscou-se investigar se o modelo bidimensional se ajusta à matriz de correlação policórica dos itens. A adoção do procedimento de divisão da amostra pode ser útil para fins de validação do instrumento. A análise foi implementada utilizando o método de estimação *Robust Diagonally Weighted Least Squares* (RDWLS) (DISTEFANO; MORGAN, 2014; LI, 2016).

Com base no exposto, dois modelos de medida, com os fatores Distúrbio da Comunicação e Obsessão por Telefone correlacionados, foram testados na busca de melhores índices de ajuste: o Modelo 1 e o 2, ambos com nove itens. No Modelo 2, os erros dos itens EP6 e EP7 foram correlacionados. A escolha por correlacionar esses itens no Modelo 2 se deu em razão do *Modification index* (Mi) obtido ter sido igual a 15,302, indicando correlação entre esses resíduos. O comportamento do erro desses itens é justificável, uma vez que ambos apontam para conteúdos semanticamente ligados - EP6 indica ter o celular sempre ao alcance e PE7 é sobre checar mensagens no celular sendo uma das primeiras ações ao acordar. Em consequência disso, o Modelo 2 apresentou melhores índices de ajuste em relação ao primeiro modelo, conforme Tabela 2.

TABELA 2: ÍNDICES DE AJUSTE DO MODELO DA ESCALA DE *PHUBBING*

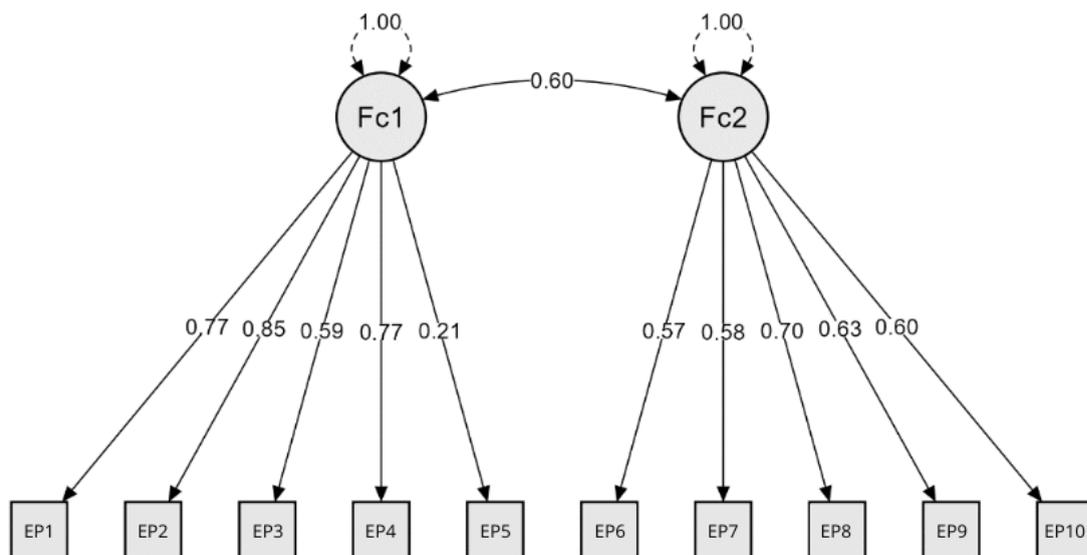
Modelo	$\chi^2$ (gl)	$\chi^2$ /gl	CFI	TLI	SRMR	RMSEA (90% IC)
Modelo 1	65,700** (34)	1,932	0,991	0,988	0,040	0,034 (0,021-0,046)
Modelo 2 – PE6 e PE7 correlacionados	50,330** (33)	1,525	0,995	0,993	0,033	0,026 (0,009-0,039)

Nota:  $c^2$  = qui-quadrado; gl = graus de liberdade; CFI = *Comparative Fit Index*; TLI = *Tucker-Lewis Index*; SRMR = *Standardized Root Mean Square Residual*; RMSEA = *Root Mean Square Error of Approximation*; \*\*  $p < 0,001$

Os índices de ajuste utilizados foram:  $c^2$ ;  $c^2$ /gl; *Comparative Fit Index* (CFI); *Tucker-Lewis Index* (TLI); *Standardized Root Mean Residual* (SRMR) e *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Valores de  $c^2$  não devem ser significativos; a razão  $c^2$ /gl deve ser < que 5 ou, preferencialmente, < que 3; Valores de CFI e TLI devem ser > que 0,90 e, preferencialmente acima de 0,95; Valores de RMSEA devem ser < que 0,08 ou,

preferencialmente  $<$  que 0,06, com intervalo de confiança (limite superior)  $<$  0,10 (Brown, 2015). Tanto o modelo 1, quanto o modelo 2 são aceitáveis no contexto brasileiro. Por conseguinte, o modelo final bidimensional, ilustrado na Figura 2, com suas respectivas cargas fatoriais padronizadas e fatores correlacionados ( $r = 0,60$ ;  $p < 0,001$ ), apresentou robustez psicométrica e coerência teórica.

FIGURA 2: MODELO BIFATORIAL DA ESCALA DE *PHUBBING* COM CARGAS PADRONIZADAS



Nota. Todas as cargas  $p < 0,01$

Os índices de confiabilidade das escalas foram satisfatórios. Os índices de confiabilidade, medidos pelo coeficiente *alfa* de *Cronbach* ( $\alpha$ ), foram adequados nos dois fatores da EP, Distúrbios da Comunicação,  $\alpha = 0,83$ , e Obsessão por Telefone,  $\alpha = 0,75$ ) e o *alfa* geral da escala é 0,83.

As relações entre as dimensões foram analisadas por meio das correlações de *Spearman*, pois não houve normalidade para as dimensões. As relações tiveram magnitude moderada e se relacionaram positivamente, e esse resultado mostra que a escala investiga os comportamentos de ignorar pessoas ao usar o telefone para acesso nas redes sociais, e que as dimensões não se sobrepõem (Tabela 3).

TABELA 3: MÉDIAS, DESVIOS PADRÃO E CORRELAÇÕES COM INTERVALOS DE CONFIANÇA.

Fatores	M	DP	<b>1</b>
1. Distúrbio da Comunicação	8,5	2,9	
2. Obsessão por Telefone	16,4	4,2	0,48** [.44, .52]

Nota: M = Média, DP = Desvio padrão, [ ] = valores entre colchetes indicam o intervalo de confiança de 95% para cada correlação, \* =  $p < 0,05$ . \*\* =  $p < 0,01$ .

Foi realizado um teste de *Mann-Whitney* com o objetivo de investigar em que medida os fatores da Escala de *Phubbing* eram equivalentes entre mulheres e homens. Os resultados demonstraram que não há diferenças entre homens e mulheres nos índices de Distúrbios de Comunicação ( $U = 237546,5$ ,  $z = -1,694$ ,  $p = 0,090$ ) e Obsessão por Telefone ( $U=235032,5$ ,  $z = -2,005$ ,  $p = 0,045$ ). O tamanho de efeito do Fator 2 (Obsessão por Telefone) foi médio em relação ao gênero (Ver tabela 4).

TABELA 4: DIFERENÇAS DAS MÉDIAS DAS DIMENSÕES DA ESCALA DE PHUBBING PARA GÊNERO (N=1.551)

	DC M(DP)	Z	R	OT M(DP)	Z	r
GÊNERO						
Mulheres	8,6(2,9)	-1,69	0,04	16,6(4,2)	-2,00	0,05
Homens	8,4(2,9)			16,1(4,1)		

Nota:\*  $p < 0,05$ , DC = Distúrbio de Comunicação, OT = Obsessão por Telefone

#### 4 DISCUSSÃO

O objetivo deste estudo foi realizar a adaptação cultural brasileira da EP fornecendo evidências empíricas sobre suas propriedades psicométricas. A análise exploratória demonstrou que a versão brasileira da EP compreendeu dois fatores, Distúrbio de Comunicação (DC) e Obsessão por Telefone (OT), ambos consistentes com as definições de Karadağ *et al.* (2015). Entretanto, ao contrário do modelo proposto por estes autores, as análises indicaram que o item 5 não apresentou carga fatorial satisfatória e o item 10 carregou no Fator OT conforme estudo de Blanca e Bendayan (2018).

Na versão espanhola de Blanca e Bendayan (2018) da EP os itens 5 e 10 mudaram de fator e no estudo de Blachnio *et al.* (2021) os mesmos itens foram retirados da escala por não apresentarem cargas fatoriais satisfatórias, desde essas duas pesquisas de adaptação da EP os

itens 5 e 10 vêm apresentando variabilidade psicométrica com a versão original da escala proposta por Karadag *et al.* (2015). Porém, os autores de nenhuma dessas pesquisas forneceram uma discussão teórica acerca dos achados referentes a esses itens em seus estudos, por isso, a presente pesquisa se propõe discutir com base na compreensão teórica dos fatores e na análise semântica dos itens.

Originalmente o item 5 pertencia à OT, porém os resultados indicaram que ele foi carregado no fator de DC, em oposição ao proposto por Karadag *et al.* (2015), mas corroborando com modelo espanhol de Blanca e Bendayan (2018). Porém, neste estudo as cargas fatoriais do item 5 foram satisfatórias, já na presente pesquisa o item apresentou carga fatorial abaixo de 0.30, corroborando com Blachnio *et al.* (2021), sendo retirado da versão brasileira da EP e dando origem à uma nova versão de EP com 9 itens.

Um dos maiores desafios nesse contexto é a variedade de medidas utilizadas para avaliar o mesmo constructo em diferentes pesquisas, este estudo não conseguiu contribuir para a redução dessa variabilidade de modelos, o que torna necessário considerar quais fatores podem estar envolvidos nesta variabilidade. Blachnio *et al.* (2021) apontaram como possíveis motivos de equivalência ruim ou baixa da EP entre culturas, uma tradução ruim dos itens, a baixa qualidade dos dados coletados ou baixa motivação dos entrevistados, porém se faz relevante considerar o papel da cultura nessa variabilidade de modelos da EP.

Abordando a variável cultural, Wang *et al.* (2020) examinaram a relação entre CP parental e sintomas depressivos de adolescentes e enfatizou que um país de cultura coletivista apresenta resultados diferentes dos de um país de cultura individualista, sendo este apenas um dos traços de diferenças culturais que pode influenciar o resultados de pesquisas sobre o CP, a pesquisa supracitada foi um estudo correlacional entre CP e sintomas depressivos, porém as diferenças culturais também podem ajudar a explicar e entender a variedade de modelos de EP nos estudos de adaptação e validação, por isso a presente pesquisa se propõe a fazer essa discussão.

Na tentativa de dar conta das diferenças culturais em pesquisas, foram elaboradas dimensões consideradas como aspectos da cultura que podem ser medidos em relação a outras culturas (BUJA, 2016). Para a discussão da influência da cultura na variabilidade de modelos de EP considerou-se a dimensão de Individualismo que já foi indicada por Abeele (2020) como dimensão relevante de ser abordada nessa discussão, ao destacar que a pesquisa sobre CP tem sido realizada principalmente em culturas norte americana e europeia e que pesquisas futuras precisam avaliar se os achados são reproduzidos em culturas que diferem nessa dimensão, como por exemplo latino-americana.

O individualismo diz respeito à relação entre indivíduos e sua integração a grupos sociais, pois em culturas individualistas os laços entre os indivíduos são mais folgados, enquanto nas coletivistas percebe-se a si mesmo como pertencente a uma comunidade e seu senso de identidade deriva principalmente dessa afiliação de grupo. O individualismo é maior nos países desenvolvidos e ocidentais, enquanto nos países menos desenvolvidos e orientais prevalece o coletivismo (HOFSTEDE; MCCRAE, 2004; BUJA *et al.*, 2016).

Mediante isto, a dimensão de individualismo é um fator cultural importante a ser considerado na avaliação do CP, uma vez que as variáveis relação e interação social são fundamentais na discussão sobre CP e podem variar entre culturas, bem como o que define uma perturbação ou diminuição na qualidade de uma comunicação pode mudar de uma cultura para outra, considerar isso pode ajudar na compreensão de que o CP deva ser avaliado por instrumentos que considerem a dimensão de individualismo de cada país, ou seja, um instrumento aplicado nos EUA provavelmente não tenha a mesma eficiência na China por estes países se encontrarem em pólos diferentes da dimensão de individualismo, o que justifica a existência de tantos modelos de EP.

Com relação ao gênero, os resultados demonstraram que não há diferenças entre homens e mulheres no índice de Distúrbios de Comunicação, corroborando com Ivanova *et al.* (2020) que não identificaram diferenças entre mulheres e homens nos escores da subescala de DC, e em oposição a resultados encontrados em outros estudos, como Błachnio *et al.* (2021) que identificaram maiores índices de DC entre as mulheres, Błachnio e Przepiorka (2018) que identificaram que mulheres pontuaram mais do que os homens em ambos os fatores e Chi, T. Tang e E. Tang (2022) que identificaram que homens apresentam maiores índices de *phubbing* que mulheres. Com relação ao Fator Obsessão por Telefone o tamanho de efeito foi médio em relação ao gênero, possuindo maior robustez para homens e mulheres e sendo ligeiramente mais significativo para mulheres, corroborando com Błachnio *et al.* (2021), Błachnio e Przepiorka (2018) e Ivanova *et al.* (2020) que identificaram que a obsessão por telefone é maior entre as mulheres.

O alto índice no fator OT indica que os sujeitos precisam constantemente ter o *smartphone* à mão quando não há comunicação face a face suficiente. A OT apresentou robustez para ambos os gêneros com pequena diferença entre eles, dessa forma, vale destacar que é importante discutir esta diferença, mas sem esquecer que a OT foi fortemente significativa para ambos os gêneros. Pode-se considerar que as diferenças entre mulheres e homens no nível de obsessão por telefone decorram da forma que ambos os gêneros perceberem o *smartphone* e seu uso, mulheres encararam o dispositivo principalmente como

ferramenta de comunicação, e os homens como dispositivos que desempenha funções pragmáticas (e.g. informações, entretenimento), assim, quando não há comunicação face a face suficiente, a obsessão pelo celular em mulheres pode significar comunicar-se com outras pessoas visando a diminuição do sentido de exclusão social, já nos homens, pode se manifestar mais frequentemente na forma de uso excessivo da *Internet* ou jogos por meio do *smartphone* (IVANOVA *et al.*, 2020).

Este resultado indica que quando não estão em uma interação face a face com outras pessoas, os sujeitos dedicam boa parte do seu tempo para uso do celular, se tornando quase que incapazes de realizar qualquer outro tipo de atividade que não envolva o uso do *smartphone* por um período mais longo de tempo. Chen *et al.* (2017) denominou esse comportamento de uso obsessivo indicando que estes sujeitos provavelmente estão tendo áreas importantes da vida comprometidas devido ao uso excessivo e constante dos *smartphones* que domina seus comportamentos, gera impactos negativos nas emoções e incapacidade de controle sobre o comportamento de uso.

A obsessão por telefone tanto entre homens quanto mulheres pode ser explicada pela própria evolução funcional do uso do celular e todos os benefícios e facilidades que ele traz tornando muito útil tê-lo sempre por perto, devido sua mobilidade e ubiquidade, os *smartphones* permitem levar a conexão com a *internet* para qualquer lugar, tomando um papel central na vida dos seus usuários, permitindo o contato imediato de uma pessoa com a outra, o que para os donos desses aparelhos é um aspecto positivo (ZHITOMIRSKY-GEFFET; BLAU, 2016).

No entanto, também é muito fácil cruzar a fronteira entre o uso benéfico e o uso problemático. É observável a existência de dependência dos *smartphones* para a realização de qualquer atividade rotineira e por sua onipresença, o uso do *smartphone* pode tornar-se problemático, afetando, inclusive, a interação face a face e o bem-estar dos indivíduos (PANCANI; PRETI; RIVA, 2020; ROTONDI; STANCA; TOMASUOLO, 2017; SILVA; TEIXEIRA; SOLIZ, 2017).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou realizar a adaptação cultural da EP para a população brasileira e obteve resultados satisfatórios. Em suma, os resultados mostram que a versão brasileira da EP é uma ferramenta curta e de fácil administração adequada para avaliar o CP em adultos brasileiros com propriedades psicométricas e consistência interna adequadas que suportam

uma estrutura de dois fatores, Distúrbio de Comunicação e Obsessão por Telefone. Com uma EP em português se torna mais fácil a comparação de amostras e a replicação futura para confirmação ou não do modelo de 9 itens da EP aqui apresentado como mais plausível para a mensuração de *Phubbing* na população brasileira.

A idade foi um fator de viés, os participantes terem sido, em sua maioria, membros da comunidade acadêmica, os colocou em um grupo etário específico, assim como o fato da pesquisa ter sido *online* acabou privilegiando o grupo etário que tem mais afinidade com dispositivos tecnológicos. Além disso, a amostra da presente pesquisa foi composta em sua maioria por membros da Geração Z 32% (n=496) nascidos entre 1997 e 2012, tendo os adultos desta geração no máximo 25 anos de idade e *Millennials* 51,1% (n=792) nascidos entre 1981 e 1996 tendo entre 26 e 41 anos, o que pode ter enviesado os resultados, como as cargas fatoriais insatisfatórias do item 5, pois a escala foi respondida em sua maioria por pessoas que possuem maior tendência a considerar o CP algo normativo não o percebendo como causador de incômodo em parceiros de comunicação.

Uma limitação encontrada na presente pesquisa foi a variável cultural, as questões culturais podem influenciar na avaliação de um constructo em diferentes culturas, porém ainda são escassos os estudos que abordem de forma mais específica e detalhada o papel da cultura no CP e sua avaliação. Assim, sugere-se que estudos futuros investiguem o quanto o CP é um fenômeno afetado pela cultura e que a partir disso levante reflexões acerca da real possibilidade de uma EP universal ou se devido a variável cultural é mais adequado o desenvolvimento de escalas nacionais nos países que desejam investigar tal fenômeno na sua população, nesse caso uma adaptação idiomática e semântica bem feita não é o suficiente, pois talvez o item 5, por exemplo, escrito de forma que avalie bem o seu conteúdo na população brasileira não seja semanticamente tão próximo do item original. Pode-se pensar que alguns construtos em algumas culturas não dão conta de ser avaliados por instrumentos adaptados, mas talvez haja a necessidade de criar um instrumento na cultura de interesse.

As implicações práticas deste estudo visa tornar possível a utilização da EP em contextos clínicos para fins de identificação de situações excessivas que possibilitem desenvolver programas de intervenção para pessoas que apresentem altos níveis de CP.

Portanto, sugere-se o desenvolvimento de pesquisas que abordem a relação entre CP, escolaridade e questões geracionais de idade pois apesar de ambas as questões terem sido elementos de viés não foi o foco da presente pesquisa e não foi possível discutir amplamente sobre isso, a fim de não fugir ao objetivo proposto e se dedicar a discussão dos achados. Por fim, é necessário que produções futuras em contexto brasileiro verifiquem a validade do

modelo apresentado na presente pesquisa em uma amostra melhor representativa de outras camadas da população brasileira, de diferentes níveis socioeconômicos, com diferentes graus de escolaridade, de diferentes grupos geracionais e de pessoas não cisgênero, bem como testem sua aplicabilidade em contexto clínico.

## REFERÊNCIAS

- ABEELE, Mariek Vanden. The social consequences of phubbing. **The Oxford handbook of mobile communication and society**, p. 158-174, 2020.
- ABRAMOVA, Olga et al. To Phub or not to Phub: Understanding off-Task Smartphone Usage and its Consequences in the Academic Environment. In: **ECIS**. 2017. p. 127.
- BORSA, Juliane Callegaro; DAMÁSIO, Bruno Figueiredo; BANDEIRA, Denise Ruschel. Adaptação e validação de instrumentos psicológicos entre culturas: algumas considerações. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 22, p. 423-432, 2012.
- BLANCA, María J.; BENDAYAN, Rebecca. Spanish version of the Phubbing Scale: Internet addiction, Facebook intrusion, and fear of missing out as correlates. **Psicothema**, v. 30, n. 4, p. 449-454, 2018.
- BLACHNIO, Agata et al. Measurement invariance of the Phubbing Scale across 20 countries. **International Journal of Psychology**, v. 56, n. 6, p. 885-894, 2021.
- BRKLJAČIĆ, Tihana; ŠAKIĆ, Vlado; KALITERNA-LIPOVČAN, L. J. Phubbing among Croatian students. In: **Protection and Promotion of the Well-Being of Children, Youth, and Families: Selected Proceedings of the 1st International Scientific Conference of the Department of Psychology at the Catholic University of Croatia (Ed S Nakić Radoš)**. 2018. p. 109-126.
- BROWN, Timothy A. **Confirmatory factor analysis for applied research**. Guilford publications, 2015.
- BUJA, Elena et al. Hofstede's dimensions of national cultures revisited: a case study of South Korea's culture. **Acta Universitatis Sapientiae, Philologica**, v. 8, n. 1, p. 169-182, 2016.
- CHEN, Chongyang et al. Examining the effects of motives and gender differences on smartphone addiction. **Computers in Human Behavior**, v. 75, p. 891-902, 2017.
- CHI, Li-Chiu; TANG, Tseng-Chung; TANG, Eugene. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. **Current Psychology**, v. 41, n. 2, p. 1112-1123, 2022.
- CHOTPITAYASUNONDH, Varoth; DOUGLAS, Karen M. The effects of "phubbing" on social interaction. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 48, n. 6, p. 304-316, 2018.

CIZMECI, Esra. BOTH SIDES OF THE COIN: SMARTPHONES IN ROMANTIC RELATIONSHIPS OF YOUTH. **Electronic Journal of Social Sciences**, v. 16, n. 63, 2017.

DISTEFANO, Christine; MORGAN, Grant B. A comparison of diagonal weighted least squares robust estimation techniques for ordinal data. **Structural Equation Modeling: a multidisciplinary journal**, v. 21, n. 3, p. 425-438, 2014.

GARCÍA-CASTRO, F. Javier et al. The Phubbing Scale (PS-8) in the Portuguese population: psychometric properties. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 35, 2022.

GOLINO, Hudson F.; EPSKAMP, Sacha. Exploratory graph analysis: A new approach for estimating the number of dimensions in psychological research. **PloS one**, v. 12, n. 6, p. e0174035, 2017.

GUAZZINI, Andrea et al. An explorative model to assess individuals' phubbing risk. **Future Internet**, v. 11, n. 1, p. 21, 2019.

HOFSTEDE, Geert; MCCRAE, Robert R. Personality and culture revisited: Linking traits and dimensions of culture. **Cross-cultural research**, v. 38, n. 1, p. 52-88, 2004.

IVANOVA, Ana et al. Mobile phone addiction, phubbing, and depression among men and women: a moderated mediation analysis. **Psychiatric Quarterly**, v. 91, n. 3, p. 655-668, 2020.

KARADAĞ, Engin et al. Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. **Journal of behavioral addictions**, v. 4, n. 2, p. 60-74, 2015.

LI, C. H.(2016). Confirmatory factor analysis with ordinal data: Comparing robust maximum likelihood and diagonally weighted least squares. **Behavior Research Methods**, v. 48, n. 3, p. 936-949, 2016.

MENG, Shi-Qiu et al. Global prevalence of digital addiction in general population: A systematic review and meta-analysis. **Clinical Psychology Review**, v. 92, p. 102128, 2022.

PANCANI, Luca; PRETI, Emanuele; RIVA, Paolo. The psychology of smartphone: The development of the smartphone impact scale (SIS). **Assessment**, v. 27, n. 6, p. 1176-1197, 2020.

ROTONDI, Valentina; STANCA, Luca; TOMASUOLO, Miriam. Connecting alone: Smartphone use, quality of social interactions and well-being. **Journal of Economic Psychology**, v. 63, p. 17-26, 2017.

SILVA, Isabel; TEIXEIRA, Zélia; SOLIZ, Margarida. Adaptação do Smartphone Addiction Inventory para a população portuguesa. **Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación**, p. 158-162, 2017.

TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. Using multivariate statistics: International edition. **Pearson**2012, v. 1, 2013.

TIMMERMAN, M. E.; LORENZO-SEVA, U. Evaluación de la dimensionalidad de elementos politómicos ordenados con análisis paralelo. **Métodos psicológicos**,(16), p. 209-220, 2011.

XIE, Xiaochun et al. Parents' phubbing increases Adolescents' Mobile phone addiction: Roles of parent-child attachment, deviant peers, and gender. **Children and Youth Services Review**, v. 105, p. 104426, 2019.

WANG, Xingchao et al. Partner phubbing and depression among married Chinese adults: The roles of relationship satisfaction and relationship length. **Personality and Individual Differences**, v. 110, p. 12-17, 2017.

WANG, Xingchao et al. Parental phubbing and adolescents' depressive symptoms: Self-esteem and perceived social support as moderators. **Journal of youth and adolescence**, v. 49, n. 2, p. 427-437, 2020.

ZHITOMIRSKY-GEFFET, Maayan; BLAU, Maya. Cross-generational analysis of predictive factors of addictive behavior in smartphone usage. **Computers in human behavior**, v. 64, p. 682-693, 2016.

## ESTUDO 2

### AS RELAÇÕES ENTRE COMPORTAMENTO DE *PHUBBING*, PERSONALIDADE E USO DO *INSTAGRAM* DE ADULTOS BRASILEIROS

#### RESUMO

O *Phubbing*, comportamento que consiste em ignorar pessoas em situação de interação social por meio do uso do *smartphone*, tem sido amplamente estudado ao redor do mundo bem como sua relação com diversas variáveis a fim de determinar fatores protetivos e de risco. A presente pesquisa objetivou investigar as relações entre Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram*, traços de Personalidade (Big Five) e variáveis sociodemográficas (gênero, escolaridade e idade) entre adultos brasileiros. Participaram do estudo 1551 adultos, 61,7 % do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos (M = 31,6 anos; DP = 9,6 anos). A análise de correlação demonstrou que o uso excessivo de Instagram e o Neuroticismo tiveram relação positiva com o Comportamento de *Phubbing*. A análise de regressão linear múltipla (método *forward*) indicou que a conscienciosidade foi preditiva para CP e a idade não apresentou impacto significativo, a MANOVA indicou que o uso excessivo de *Instagram* apresentou escores maiores para mulheres do que homens. Concluiu-se que a conscienciosidade tem poder preditivo para o CP funcionando como um fator de proteção enquanto altos níveis de neuroticismo e de uso excessivo do *Instagram* funcionam como fatores de risco ao desenvolvimento do Comportamento de *Phubbing*.

Palavras-Chave: Comportamento de *Phubbing*. Personalidade. Big Five. Instagram. Brasil

#### 1 INTRODUÇÃO

As redes sociais *online* (RSOs) estão extremamente presentes nas vidas das pessoas, ocupando uma parcela expressiva do seu tempo e de suas vidas o que de acordo com Rodrigues e Barbosa (2018) é uma tentativa de vivenciar a sua existência por meio de entretenimento para não lidar com o seu eu e seus conflitos se perdendo em um universo de informações, fundindo-se ao outro e se perdendo de si, o que suga a autenticidade da sua existência, e de acordo com Gao, Liu e Li (2017) é uma forma de fugir da realidade por meio da prática do escapismo, conceito que pode ser relacionado à comportamentos com fins de

distração dos problemas da vida real, sendo o *Instagram* um bom meio para estes fins escapatórios (YOUNG *et al.*, 2017).

O Instagram é a segunda RSO mais usada no Brasil, contando com 90,1% dos usuários de RSOs brasileiros, o que faz do Brasil o terceiro maior usuário de *Instagram* do mundo, atrás apenas dos EUA e da Índia. Globalmente o *Instagram* conta com 1,48 bilhões de usuários, 18,7% da população mundial, sendo que destes, 119,5 milhões são do Brasil, correspondendo a 55,6% da população brasileira. A faixa etária da maioria dos usuários no Brasil e no mundo é de 18 a 44 anos de idade, correspondendo a 77,7% dos usuários globais e 70,1% dos usuários brasileiros (HOOTSUITE, 2022).

O grande crescimento a nível global e nacional das RSOs, mais especificamente do *Instagram*, chama atenção para a necessidade do desenvolvimento de estudos sobre sua influência no funcionamento psicológico das pessoas. Apesar da crescente produção científica sobre transtornos relacionados a *internet* e tecnologias digitais, no que diz respeito ao *Instagram*, pouco se sabe sobre fatores de risco, consequências do uso excessivo e a relação com o desenvolvimento de comportamentos ligados ao mau relacionamento com variáveis tecnológicas como é o caso do *Phubbing* (KIRCABURUN; GRIFFITHS, 2018).

O *Instagram* privilegia a linguagem das imagens, em detrimento dos textos, e pode funcionar como ferramenta para exibição da própria vida, sem, necessariamente, refleti-la de maneira verdadeira, mas, ao contrário, transmitindo uma falsa realidade (WIEDERHOLD, 2018) mais atrativa, fazendo do *Instagram* um espaço de fuga da realidade indesejada ou insatisfatória e nessa tentativa de se manter cada vez mais conectado ao mundo virtual o sujeito pode acabar por desenvolver o Comportamento de *Phubbing* (CP).

O CP é o ato de ignorar alguém em uma situação social para prestar atenção no celular escapando da comunicação interpessoal presencial, o fenômeno ocorre em um ambiente social com duas ou mais pessoas onde um ou mais dos sujeitos presentes interagem com o telefone e não com as outras pessoas. O termo é a junção das palavras *phone* (telefone) + *snubbing* (ignorar), ou seja, o ato de ignorar por meio do uso do *smartphone*, além disso, também existem terminologias para os praticantes de CP, chamados de *phubbers* e quem é ignorado recebe o nome de *phubbee* (KARADAG *et al.*, 2015; BLANCA; BENDAYAN, 2018 ABEELE, 2020; CHOTPITAYASUNONDH; DOUGLAS, 2018).

O CP está relacionado com uma variedade de vícios tecnológicos, como o vício em celular/*smartphones*, em *internet*, redes sociais e jogos digitais, mas a associação com o vício em redes sociais foi o que mais se destacou (KARADAG *et al.*, 2015). O desenvolvimento de aplicativos específicos para utilização de RSOs, quebrou a barreira do acesso físico, pois o

computador deixou de ser necessário para acessá-las, o *smartphone* possibilita o acesso à *internet* que, por sua vez, permite o acesso frequente às RSOs. Assim, o hábito de verificar o *smartphone* em busca de atualizações, ignorando quem está em volta é influenciado por esses aplicativos (FAGUNDES, 2019; GUAZZINI *et al.*, 2019). O *Instagram* é um exemplo de rede social digital criada especificamente para ser utilizada por meio de aplicativo no *smartphone*, existindo a possibilidade de ser acessada através do computador, porém com poucas funções, sendo todos os seus recursos plenamente utilizáveis apenas quando acessada pelo *smartphone*. Estando o CP intimamente ligado ao uso *smartphone* e redes sociais e dada a intrínseca relação do *Instagram* com o *Smartphone*, se faz relevante pensar a relação entre *Instagram* e CP.

O estudo de Van der Schyff *et al.* (2022) investigou as interações entre falsa autoapresentação, *Fear of Missing Out* (FoMO) e CP no contexto de uso excessivo do *Instagram* com 285 pessoas dos EUA com idades entre 18 e 64 anos, onde 142 (51,6%) eram mulheres e 133 (48,4%) eram homens. Os resultados indicaram que o CP medeia parcialmente a relação entre a autoapresentação e o uso excessivo do *Instagram*. Já a pesquisa de Balta *et al.* (2018) investigou a relação entre CP e *Instagram* com o diferencial de que incluíram a variável de personalidade, porém considerando apenas o traço de neuroticismo do Modelo do *Big Five*. O estudo foi realizado com 423 adolescentes e adultos, sendo 53% do sexo feminino com idade entre 14 e 21 e concluíram que o neuroticismo está indiretamente associado ao CP através do uso problemático do *Instagram*, o neuroticismo estava relacionado ao maior uso problemático do *Instagram* e, por sua vez, o uso problemático do *Instagram* levou a um maior CP. Tal pesquisa chama atenção para a investigação também da relação dos traços de personalidade com CP articulado ao uso do *Instagram*.

O modelo de avaliação da personalidade utilizado pelos pesquisadores supracitados foi o Modelo dos Cinco Grandes Fatores (CGF) embasado na teoria do *Big Five*. O surgimento dessa teoria representou um avanço para a compreensão da estrutura da personalidade, tanto ao nível conceitual, como empírico, se apresentando como uma teoria descritiva e integrativa da personalidade. O modelo descrito por Costa e McCrae identifica cinco dimensões: Neuroticismo, Extroversão, Abertura à experiência, Amabilidade e Conscienciosidade. Cada fator é entendido como um polo no qual o indivíduo é caracterizado como possuindo maior ou menor incidência em cada dimensão (BIGHETTI, 2010; COSTA; MCCRAE, 2000; LIMA; SIMÕES, 2000; LOPES, 2018; SILVA; NAKANO, 2011).

O Neuroticismo se relaciona com a tendência que o indivíduo pode apresentar para experimentar estados emocionais negativos. Níveis elevados indicam maior propensão a

vivenciar sofrimento emocional mais intensamente e instabilidade emocional em relacionamentos interpessoais e níveis baixos se referem a indivíduos geralmente calmos, relaxados e estáveis. (CANGUSSÚ; FERREIRA, 2015; KIRCABURUN; GRIFFITHS, 2018; LOPES, 2018).

A Extroversão relaciona-se com a afetividade positiva e com a sociabilidade. Indivíduos com níveis mais altos são sociáveis, assertivos, falantes, ambiciosos e tendem à impulsividade, enquanto os com baixos níveis são mais vergonhosos e tímidos (CANGUSSÚ; FERREIRA, 2015; OLOWODUNOYE; OLUSA; ADELINA, 2017; ROBERTS; PULLIG; MANOLIS, 2015; COSTA; MCCRAE, 1992).

A Amabilidade se refere à facilidade, ou não, que o indivíduo demonstra para o relacionamento com os outros, ou seja, a qualidade das relações. Altos níveis sugerem indivíduos generosos, bondosos, prestativos e empáticos, enquanto os com baixos níveis são mais rudes, hostis e menos tolerantes com os demais (COSTA; MCCRAE, 1992; CANGUSSÚ; FERREIRA, 2015).

A Conscienciosidade descreve características como o grau de organização, persistência e controle. Pessoas com alto índice tendem a ser confiáveis, trabalhadoras, decididas, pontuais e perseverantes e as de baixo nível costumam não ter objetivos claros, e ser vistas como preguiçosas (CANGUSSÚ & FERREIRA, 2015).

A Abertura a experiências se refere aos comportamentos exploratórios e ao reconhecimento da importância de ter novas experiências. Indivíduos com alto índice são curiosos, imaginativos, criativos, divertem-se com novas ideias e possuem valores não convencionais, enquanto os com baixo índice são convencionais, sensatos, possuem interesses limitados, não são artísticos e nem analíticos (CANGUSSÚ; FERREIRA, 2015; COSTA E MCCRAE, 1992).

A relação entre variáveis tecnológicas (e.g., uso problemático do *smartphone*, dependência de *internet*) com os traços de personalidade tem sido estudada há algum tempo na tentativa de maior compreensão sobre como se dão essas relações. Entender os traços de personalidade torna-se crucial para a compreensão das diferenças no comportamento de uso, nas formas de se relacionar com as tecnologias e do desenvolvimento de comportamentos não saudáveis, como o CP, na literatura é possível encontrar alguns dados sobre estas relações (GENNER, 2017; VAGHEFI; QAHRI-SAREMI, 2018; ZHOU *et al.*, 2017).

No que diz respeito à relação entre traços de personalidade e uso do *Instagram* Kircaburun e Griffiths (2018) em seu estudo realizado com 752 universitários, 69% mulheres ( $n = 519$ ) com idade entre 18 e 24 anos concluiu que amabilidade e conscienciosidade foram

associados negativamente ao vício no *Instagram*. Já o estudo de Ershad e Aghajani (2017), realizado com 100 estudantes do ensino médio da cidade de Teerã, no Irã, evidenciou que o neuroticismo associou-se positivamente ao vício no *Instagram*, a amabilidade e conscienciosidade associaram-se negativamente demonstrando, que indivíduos mais instáveis emocionalmente, tendem a utilizar mais intensamente a rede.

Referente à relação entre traços de personalidade do *Big Five* e CP, T'ng, Ho e Low (2018) em pesquisa com 405 universitários da Malásia, 72,1% mulheres, identificaram que o traço de neuroticismo se relaciona positivamente com o CP e a abertura à experiências negativamente, já Çikrikci, Griffiths e Erzen (2019) em seu estudo com 292 estudantes universitários turcos, 192 mulheres (65,8%) e 100 homens (34,2%), com idade entre 17 e 28 anos, descobriu que o neuroticismo se relaciona positivamente com o CP. Erzen, Odaci e Yeniçeri (2019) analisaram 545 jovens universitários na Turquia com idade média de 18 anos, sendo 383 do sexo feminino (71%) e 156 do sexo masculino (29%) e concluíram que o neuroticismo e a conscienciosidade se relacionam positivamente com o desenvolvimento do CP.

Mesmo com a crescente produção científica que aborda de maneira individual as possíveis relações entre personalidade, uso problemático do *smartphone*, vício em *internet*, uso de RSOs, uso do *Instagram* e CP, a maioria dos estudos abordam separadamente a relação entre *Instagram* - Personalidade e CP - Personalidade, havendo uma escassez de estudos que abordem especificamente a relação entre os fatores de personalidade, *Instagram* e CP e mesmo que o estudo de Balta *et al.* (2018) tenha investigado a correlação entre personalidade, CP e *Instagram*, tal estudo não considerou todos os traços do modelo do *Big Five*, mas se ateve apenas ao traço do neuroticismo, aspecto no qual se diferencia da proposta da presente pesquisa que tem por objetivo investigar a relação entre Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram*, Personalidade, considerando todos os traços de personalidade do modelo do *Big Five* e variáveis sociodemográficas de gênero, escolaridade e idade entre adultos brasileiros.

## 2 MÉTODO

### 2.1 DELINEAMENTO

Trata-se de um estudo transversal e correlacional.

## 2.2 PARTICIPANTES

Um total de 1551 adultos brasileiros, 61,7 % do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, com idade entre 18 e 76 anos ( $M = 31,6$  anos;  $DP = 9,6$  anos) participou do estudo. A participação foi voluntária e anônima e os participantes não receberam nenhuma recompensa financeira para contribuir com o estudo. Entre os participantes 62,5% eram brancos e 25,8% pardos. Em relação à escolaridade, 44,3% estavam cursando mestrado/doutorado, e 19% possuíam ensino superior incompleto. Os participantes eram das cinco regiões brasileiras, sendo 38,9% do Sudeste, 28% do Sul, 15,5% do Nordeste, 11,3% do Norte, 5,2% do Centro-Oeste e 1,1% do Distrito Federal. Os critérios de inclusão foram ser maior de 18 anos, brasileiro e residir em qualquer um dos Estados brasileiros ou no Distrito Federal.

## 2.3 INSTRUMENTOS

- (1) Questionário Sociodemográfico (Anexo 2): Este instrumento investiga características sociodemográficas, tais como gênero, idade, estado civil, escolaridade, localidade, orientação sexual, entre outros dados.
- (2) Escala de *Phubbing* Versão Brasileira em português com 9 itens (Anexo 6): Foi utilizada a Escala de *Phubbing* em português adaptada e validada psicometricamente para a população brasileira no estudo em da presente dissertação. A escala possui 9 itens que avaliam os níveis do comportamento de *Phubbing* nos indivíduos. A *Escala de Phubbing* utilizada no presente estudo foi adaptada a partir da versão desenvolvida por Karadag *et al.* (2015) e é respondida por meio de uma escala tipo *Likert* de cinco pontos (1 nunca a 5 sempre). A escala avalia dois fatores, (1) Distúrbio de comunicação: pontuações mais altas indicam que os participantes frequentemente perturbam suas comunicações existentes ao lidar com seus telefones celulares em um ambiente de comunicação face a face. Este fator é composto pelos itens 1,2,3 e 4. (2) Obsessão por telefone: pontuações mais altas indicam que os participantes precisam constantemente de seus telefones celulares em ambientes sem comunicação face a face. Este fator é composto pelos itens 6,7,8 e 9. No estudo de validação da escala para a população brasileira os *Alfas* de *Cronbach* para os fatores foram: 0,83 para o fator (1) Perturbação de comunicação e 0,75 para o fator (2) Obsessão por telefone e o alfa geral da escala é 0,83.

- (3) Escala Reduzida de Descritores de Personalidade – RED5 (NATIVIDADE; HUTZ, 2015) (Anexo 3). Esse instrumento é composto por 20 itens que avaliam as características de personalidade na perspectiva do *Big Five*. Os itens, quatro por fator, são adjetivos ou pequenas expressões, como, por exemplo, “comunicativa(o)”, “emocionalmente estável”, “que tem curiosidade”. O participante deve responder em uma escala *Likert* de sete pontos o quanto concorda que cada adjetivo ou expressão o descreve adequadamente, tal que 1 - discordo totalmente e 7 - concordo totalmente. Quanto mais próximo de sete forem as médias nos fatores, maior a intensidade dos traços. Natividade e Hutz encontraram coeficientes *alfa* entre 0,59 a 0,84 nos fatores e correlações teste-reteste de 0,69 a 0,81 (NATIVIDADE; HUTZ, 2015).
- (4) Escala Bergen de Adição ao *Instagram* - EBAI: (Anexo 4) Essa escala originalmente baseada na Bergen *Facebook Adicction Scale* - BFAS, é uma medida unidirecional que cobre seis componentes básicos centrais que compõem o vício propostos por Brown em 1993 e Griffiths em 1996: (1) saliência (o uso domina o pensamento e o comportamento), (2) modificação do humor (o uso modifica/melhora o humor), (3) tolerância (uso é cada vez maior para ter os efeitos prévios), (4) afastamento (sentimentos desagradáveis ao não usar), (5) conflito (o uso causa conflito em relações interpessoais e em outras atividades) e (6) recaída (voltar a usar após abstinência). Em contexto brasileiro, Silva *et al.* (2018) reuniram evidências psicométricas da BFAS, encontrando suporte para o modelo unidimensional (e.g.,  $cfi = 0,98$ ;  $gfi = 0,98$ ;  $rmsea = 0,04$ ), além de adequada consistência interna ( $cr = 0,77$ ). Como diferencial Monteiro *et al.* (2020) adaptaram para o contexto brasileiro a Bergen *Facebook Adicction Scale* - BFAS renomeando-a para Escala Bergen de Adição ao *Instagram* (EBAI). A EBAI é composta por seis itens que são respondidos em escala tipo *Likert* de cinco pontos (1 – Muito Raramente; 5 – Muito Frequentemente). Os itens versam sobre o relacionamento e uso do *Instagram* no último ano (e.g., Item 4. Durante o último ano você tentou reduzir o uso do Instagram sem sucesso?).

## 2.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Um formulário autoaplicável na ferramenta *Google Forms*, a qual possibilita a organização de pesquisas via *web*, foi utilizado para a realização da coleta de dados. A amostra foi recrutada por meio de divulgação nas redes sociais (e.g., *Facebook*, *Whatsapp*, *E-mail*, *Instagram*) por meio de *link* e com a descrição dos objetivos da pesquisa e da população-alvo. O tempo de aplicação dos instrumentos foi em média 15 minutos. Assim que

os participantes acessaram o *link*, era gerada uma página com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os participantes começaram a responder os instrumentos após leitura e o aceite do TCLE e tiveram acesso a uma cópia do TCLE por meio de um *link*. A coleta foi realizada entre 20 de junho e 31 de agosto de 2022.

## 2.5 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS

Foram realizadas análises de correlação, regressão linear múltipla e MANOVA com uso do software IBM SPSS Statics 20.

## 2.6 PROCEDIMENTOS ÉTICOS

O presente estudo foi avaliado pelo Comitê de Ética e Pesquisas com Seres Humanos da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), e foi aprovado com o parecer nº 5.454.908. Todos os participantes foram incluídos após leitura e aceite do TCLE.

## 3 RESULTADOS

Os resultados indicaram que o uso excessivo de *Instagram* apresenta uma correlação positiva e forte com o CP  $\rho (1551) = 0,442$ ;  $p < 0,001$ . Enquanto, Neuroticismo apresenta correlação positiva e moderada com o CP  $\rho (1551) = 0,290$ ;  $p < 0,001$ . Outras duas variáveis apresentaram correlações negativas e fracas, idade  $\rho (1551) = -0,117$ ;  $p < 0,001$  e Conscienciosidade  $\rho (1551) = -0,185$ ;  $p < 0,001$ .

TABELA 1: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS

	Phubbing	Escolaridade	Idade	Gênero	EXT	SOC	NEUR	REAL	ABER	EBAI
Phubbing	1,000	-,061*	-,117**	-,049	,017	-,054*	,290**	-,185**	-,011	,442**
Escolaridade	-,061*	1,000	,398**	,047	,067**	,057*	-,099**	,163**	,054*	-,064*
IDADE	-,117**	,398**	1,000	,008	,201**	,042	-,202**	,127**	,041	-,250**
GÊNERO	-,049	,047	,008	1,000	-,102*	-,073**	-,140**	-,118**	,022	-,193**
EXT	,017	,067**	,201**	-,102**	1,000	,313**	-,079**	,066**	,212**	,045
AMA	-,054*	,057*	,042	-,073**	,313**	1,000	-,243**	,195**	,150**	,016

NEUR	,290**	-,099**	-,202**	-,140**	-,079*	-,243**	1,000	-,253**	-,046	,272**
CONS	-,185**	,163**	,127**	-,118**	,066**	,195**	-,253**	1,000	,079**	-,088**
ABER	-,011	,054*	,041	,022	,212**	,150**	-,046	,079**	1,000	-,010
EBAI	,442**	-,064*	-,250**	-,193**	,045	,016	,272**	-,088**	-,010	1,000

Nota: \* =  $p < 0,05$ ; \*\* =  $p < 0,01$ ; \*\*\* =  $p < 0,001$ . EXT - Extroversão; AMA - Amabilidade; NEUR - Neuroticismo; CONS- Conscienciosidade; ABER - Abertura à experiência; EBAI - Escala Bergen de Adição ao Instagram

Foi realizada uma análise de regressão linear múltipla (método *forward*) com o objetivo de investigar em que medida os cinco grandes fatores de personalidade (extroversão, neuroticismo, abertura à experiência, amabilidade e conscienciosidade), uso excessivo de *Instagram*, e idade impactavam no CP. Os resultados demonstraram haver uma influência significativa dos fatores de personalidade e do uso excessivo de *Instagram* no CP ( $F(3, 1547) = 167,844, p < 0,001; R^2_{\text{ajustado}} = 0,244$ ). A tabela 2 apresenta os coeficientes para todos os preditores significativos. Conforme pode ser visto, a variável que mais fortemente impactou o CP foi Conscienciosidade, explicando 24% do desfecho. As demais variáveis (extroversão, amabilidade, abertura à experiência e idade), por sua vez, estiveram relacionadas com apenas 4% da variância de CP. A variável idade não apresentou impacto significativo ( $B = 0,004, t = 0,185, p = 0,853$ ).

TABELA 2: VARIÁVEIS PREDITORAS DO COMPORTAMENTO DE PHUBBING

Preditores	Coeficientes padronizados	<i>t</i>	Sig.	$R^2$	$\Delta R^2$
	<i>Beta</i>				
(Constante)	-	20,128	0,000	-	-
Neuroticismo	.163	6,919	0,000	.237	.236
Conscienciosidade	-.095	-4,162	0,000	.246	.244
EBAI	.399	17,408	0,000	.205	.204

Nota: EBAI - Escala Bergen de Adição ao Instagram.

Foi realizada uma Análise Multivariada de Variância (MANOVA) com o objetivo de investigar em que medida os níveis de uso excessivo de *Instagram* e CP variavam para homens e mulheres, e diferentes níveis de escolaridade. A Tabela 3 apresenta as estatísticas descritivas de todos os grupos.

TABELA 3: ESTATÍSTICA DESCRITIVAS PARA AS VARIÁVEIS EBAI E PHUBBING SUBDIVIDIDAS POR ESCOLARIDADE E GÊNERO

	GÊNERO	ESCOLARIDADE	Média	DP	
EBAI	Feminino	1	11,13	5,26	
		2	12,60	4,77	
		3	11,35	4,95	
		4	11,84	5,06	
		5	10,49	5,10	
		Total	11,65	5,07	
	Masculino	1	9,32	4,35	
		2	9,90	4,19	
		3	8,82	3,45	
		4	9,90	5,16	
		5	9,31	4,86	
		Total	9,62	4,75	
	Total			10,58	5,06
				11,83	4,76
			10,26	4,51	
			11,25	5,17	
			10,00	5,02	
Total			10,99	5,06	
Phubbing	Feminino	1	25,56	6,60	
		2	25,86	6,50	
		3	25,41	5,03	
		4	25,42	6,09	

	5	23,95	6,52
	Total	25,29	6,30
Masculino	1	24,97	6,29
	2	25,39	4,91
	3	23,36	6,62
	4	24,37	6,18
	5	24,52	6,48
	Total	24,59	6,10
Total	1	25,38	6,50
	2	25,72	6,08
	3	24,52	5,81
	4	25,10	6,13
	5	24,19	6,50
	Total	25,06	6,24

Nota: EBAI - Escala Bergen de Adição ao Instagram. Escolaridade: 1 - Ensino Superior completo; 2 – Ensino Superior Incompleto; 3 – Ensino Médio Completo; 4- Mestrado/Doutorado incompleto; 5 - Mestrado/Doutorado completo

O teste *M* de BOX acatou o pressuposto de homogeneidade de covariância (BOX'S *M* = 37,982;  $F(27, 284408,671)$ ,  $p = 0,085$ ). Os resultados da MANOVA demonstraram que não houve efeito principal para escolaridade ( $F(8, 3002,00) = 2,091$ ,  $p = 0,033$ ;  $h^2 = 0,006$ ), nem para a interação gênero\*escolaridade ( $F(2, 3002,00) = 0,815$ ,  $p = 0,589$ ;  $h^2 = 0,002$ ). Apenas a variável gênero apresentou resultados estatisticamente significativos, com tamanho de efeito médio ( $F(2, 1500) = 17,502$ ,  $p < 0,001$ ;  $h^2 = 0,23$ ).

Testes a posteriori (*post-hoc* de *Bonferroni*) demonstraram que, em relação a gênero, apenas a variável uso excessivo de *Instagram* apresentou diferenças estatisticamente significativas, sendo que mulheres ( $M = 11,48$ ;  $DP = 0,21$ ) apresentaram escores maiores do que homens ( $M = 9,45$ ;  $DP = 0,27$ ,  $p < 0,001$ ).

#### 4 DISCUSSÃO

O objetivo deste estudo foi investigar as relações entre o Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram* e os traços de personalidade com base na teoria do *Big Five*. Os

resultados indicaram que o uso excessivo de *Instagram* apresentou uma correlação positiva forte e o neuroticismo uma correlação positiva moderada com o CP. Os achados de Phang, Purnomo e Sari (2020) e Van der Schyff *et al.* (2022) encontraram uma relação positiva entre o uso do *Instagram* e o CP, Çikrikci, Griffiths e Erzen (2019), Erzen, Odaci e Yeniçeri (2021) e T'ng, Ho e Low (2018) encontraram correlação positiva entre neuroticismo e CP e Balta *et al.* (2020) que encontraram correlação positiva do CP tanto com o neuroticismo quanto com o uso problemático do *Instagram*.

Essas relações podem ser explicadas pelas próprias características do traço de neuroticismo, as características individuais podem não somente influenciar o uso das RSOs, mas também é possível que estejam na raiz de comportamentos relacionados à tecnologia que pessoas desenvolvem, como o CP, sob essa perspectiva, os aspectos psicológicos que os indivíduos direcionam tanto suas motivações para fazer parte de RSOs, quanto suas formas de utilização que podem levar ao desenvolvimento de CP ( Kircaburun; Griffiths, 2018).

Pessoas com altos níveis de neuroticismo possuem uma natureza instável e impaciente que pode levá-los a experimentar estados emocionais desagradáveis constantemente, como ficar com raiva rapidamente e perceber a vida de forma negativa (MCCRAE; JOHN 1992) colocando-os em maior risco de experimentar relacionamentos sociais problemáticos. Dessa forma, estes sujeitos apresentam maiores perturbações em suas comunicações devido sua precária habilidade de se engajar em interações satisfatórias se relacionando com o Distúrbio de comunicação, o que foi confirmado por Çikrikci, Griffiths e Erzen (2019) que descobriram uma correlação significativa entre neuroticismo e o fator de Distúrbios da Comunicação, que por sua vez explica a relação entre neuroticismo e CP.

Indivíduos com altos níveis de neuroticismo apresentarem atitudes disfuncionais diante das tarefas ao utilizarem estratégias de enfrentamento pouco maduras para lidar com situações da vida real, sendo uma delas a fuga para as RSOs, uma vez que estes sujeitos possuem uma tendência a fugir de suas relações conturbadas da vida real passando uma quantidade de tempo excessiva em ambientes *online*. O *Instagram* é uma boa opção para passar muito tempo observando o fluxo constante de fotos e vídeos de vários estilos de vida interessantes de outras pessoas, como celebridades, funcionando como um ambiente positivo para escapar das relações sociais conturbadas da vida real (KIRCABURUN; GRIFFITHS, 2019) o que explica a relação positiva entre o uso do *Instagram* e neuroticismo.

Além disso, o *Instagram* permite que indivíduos com alto índice de neuroticismo escondam características pessoais consideradas indesejáveis para mostrarem em seus perfis apenas o que julgam positivo, onde podem exibir a própria vida, sem, necessariamente,

refleti-la de maneira verdadeira, mas, ao contrário, transmitindo uma falsa realidade por meio de imagens cuidadosamente selecionadas para publicação, e por serem inseguros, estes sujeitos estão vulneráveis a perderem a noção de tempo, lendo os comentários de outras pessoas em suas fotos e/ou vídeos para saber o que pensam e dizem a seu respeito (CHOI *et al.*, 2017; WIEDERHOLD, 2018).

No que se refere à correlação entre uso do *Instagram* e CP encontrada no presente estudo, quanto mais tempo se dedica ao *Instagram*, maior o risco desse uso se expandir para situações em que é considerado indesejado ou inadequado como em um jantar com a família ou um encontro com amigos causando assim perturbação nas comunicações o que se relaciona com o Distúrbio da comunicação. Além disso, estes sujeitos tendem a perder-se no *feed* do *Instagram* sem ver o tempo passar e possuem dificuldade de dosar o uso da rede, o que atrapalha outras atividades importantes como trabalho e estudo, afetando qualitativamente o seu desempenho ou simplesmente entrando em um estado de negligência para com áreas importantes da vida onde o uso do *Instagram* lhe toma o tempo que poderia ser dedicado a outras coisas o que se relaciona com a Obsessão por telefone, configurando CP (CHEN *et al.*, 2017).

Os resultados apontaram a conscienciosidade como a variável que mais fortemente impactou o CP, evidenciando que o traço se relaciona com o comportamento muito mais que os outros, sendo um ponto chave para a compreensão do fenômeno. Foi indicada uma correlação negativa entre o traço de conscienciosidade e CP, ou seja, sujeitos mais conscienciosos apresentam menos CP e sujeitos menos conscienciosos apresentam mais CP. Essa relação é explicada a partir das características do traço de conscienciosidade, uma vez que indivíduos conscienciosos conseguem controlar seus impulsos, têm personalidades disciplinadas e pacientes, conseguem adiar seus desejos e administrar seu tempo de maneira satisfatória. Estes sujeitos irão ser mais conscientes e cautelosos com relação à forma e ao tempo de uso do *smartphone* e das RSOs, além disso, são mais responsáveis com as relações interpessoais e buscam estabelecê-las de maneiras mais construtivas com os outros, indicando que suas comunicações sofrerão menos perturbações, funcionando como um fator protetivo contra o CP, ao passo que indivíduos com pouca conscienciosidade são, por consequência, mais propensos a ter má disciplina e organização (JOHN; SRIVASTAVA, 1999; MCCRAE; COSTA, 1987; SLEEM; EL-SAYED, 2011; ŽIVČIĆ-BEĆIREVIĆ; SMOJVER-AŽIĆ; DORČIĆ, 2017; LEE; MURPHY; ANDREWS, 2019).

A má disciplina e organização de sujeitos com baixa conscienciosidade reflete no uso desregulado de *smartphone* e RSOs, como o *Instagram*, por parte desses sujeitos, o que

explica o achado da presente pesquisa que encontrou uma correlação negativa entre o uso do *Instagram* e conscienciosidade, ou seja, quanto menos consciencioso o sujeito maior o uso que ele faz do *Instagram*, além disso, Chi, T. Tang e E.Tang, (2022) indicaram que a conscienciosidade se relaciona negativamente com distúrbios de comunicação, indicando que a falta de conscienciosidade pode causar problemas com relação à comunicação e consequentemente levar ao CP, uma vez que sujeitos menos conscienciosos são menos cuidadosos com relação à qualidade das suas relações e apresentam maiores dificuldades em ter uma performance social satisfatória, apresentando relações sociais malsucedidas e insalubres com o ambiente e por sua vez apresentam maiores índices de uso excessivo do *Instagram* tendendo a utilizá-lo como uma das formas de compensar sua solidão, uma vez que percebem a possibilidade de criarem relacionamentos virtuais (ERSHAD; AGHAJANI, 2017).

A baixa conscienciosidade e o alto neuroticismo implicam em um precário repertório emocional para lidar com a realidade o que faz com que muitos optem por fugir desta realidade insatisfatória e acabam incorrendo em uso excessivo de RSOs como o *Instagram* e desenvolvendo comportamentos não saudáveis com relação à tecnologia como o CP, prejudicando suas comunicações sociais deteriorando mais ainda sua interação na realidade não virtual o que acaba por gerar um movimento paradoxal.

No que se refere ao gênero identificou-se que mulheres apresentaram escores maiores de uso do *Instagram* do que homens, a resposta para isto pode estar relacionada a forma que ambos os gêneros usam o *smartphone* e a *internet*, mulheres utilizam o dispositivo como uma ferramenta de comunicação, utilizando assim mais RSOs e os homens os utilizam mais para funções pragmáticas e entretenimento, como jogos *online* (IVANOVA *et al.*, 2020). O estudo de Valência Ortiz *et al.* (2020) sobre diferenças de gênero no uso de RSOs também considerou que mulheres usam mais RSOs que homens, pois elas possuem um propósito comunicativo maior, enquanto eles são mais inclinados ao uso por entretenimento, o que pode ajudar a explicar os resultados do presente estudo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou investigar as relações entre Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram* e Personalidade, considerando todos os traços de personalidade do modelo do *Big Five*, em brasileiros. Os resultados mostraram que o uso excessivo de *Instagram* e o Neuroticismo apresentaram relação positiva com o CP e a Conscienciosidade apresentou uma

relação negativa com o CP. O *Instagram* também se relacionou positivamente com o neuroticismo e negativamente com a conscienciosidade. Os outros traços de personalidade (Amabilidade, Extroversão e Abertura à Experiências) e as variáveis de idade e escolaridade não apresentaram correlação significativa com CP. E no que diz respeito ao gênero, apenas a variável uso excessivo de *Instagram* apresentou diferenças estatisticamente significativas, sendo que mulheres apresentaram escores maiores do que homens.

Uma vez que o *Instagram* se relacionou positivamente com o CP e sendo o Brasil o terceiro maior usuário de *Instagram* no mundo e mais da metade da população brasileira usuária de *Instagram*, para a realidade brasileira isso significa que ao menos mais de 50% da sua população apresenta grandes chances de desenvolver CP e se faz necessário a produção de conhecimento para melhor compreensão e subsídio de diagnóstico e intervenção evidenciando a importância e necessidade de mais estudos como esse em contexto brasileiro.

A compreensão do papel da personalidade no uso do *Instagram* e no desenvolvimento de CP de brasileiros, bem como o papel do *Instagram* no CP, fornece um direcionamento de onde focar ao abordar a problemática do CP e do uso excessivo do *Instagram* em contexto brasileiro, sendo o neuroticismo e a conscienciosidade os maiores pontos de atenção.

No âmbito científico e acadêmico as pesquisas podem dedicar-se a afunilar a compreensão, agora mais especificamente da relação entre neuroticismo, conscienciosidade, *Instagram* e CP. Os profissionais podem se ater às características do neuroticismo e da conscienciosidade para compreender melhor os traços e processos internos que contribuem para o Comportamento de *Phubbing*, orientando o trabalho de diagnóstico e intervenção em demandas de CP.

A nível individual, uma vez conhecido que o uso do *Instagram* também possui um papel importante no CP, os sujeitos podem engajar-se em desenvolver uma padrão de uso mais moderado desta rede, evitando por exemplo o uso durante contexto de interação social, e trabalhando melhor o gerenciamento do tempo dedicado ao uso a fim de não permitir que interfira na realização ou qualidade de outras atividades importantes da vida. Por fim, os resultados deste estudo podem contribuir para o desenvolvimento de atividades, programas e medidas de prevenção do CP, focado na conscientização do uso do *Instagram*, bem como em aspectos relacionados ao neuroticismo e conscienciosidade, como incentivo ao desenvolvimento de práticas comunicativas de maior qualidade.

Este estudo teve algumas limitações metodológicas, a presente pesquisa foi realizada com o método transversal que dificulta a descoberta de resultados causais entre variáveis, portanto sugere-se a realização de estudos longitudinais e experimentais que podem ser

conduzidos para determinar como os traços de personalidade podem afetar o CP e o uso do *Instagram* e por sua vez, como o uso do *Instagram* afeta o CP. Os dados também foram coletados usando ferramentas de autorrelato, portanto, vários vieses podem estar afetando os resultados, como desejabilidade social.

Outra questão que deve receber atenção por seu potencial de viés é que a amostra foi composta em grande maioria por membros da comunidade acadêmica e conseqüentemente com alto grau de escolaridade o que não é um traço predominantemente característico da população brasileira, isso aconteceu porque a pesquisa foi amplamente divulgada entre programas de graduação e pós graduação de diversas instituições de ensino superior do Brasil, a divulgação também foi realizada fora do contexto acadêmico, porém não atraiu muitos participantes da população em geral o que retrata a dificuldade em captar cidadãos de outros espaços da sociedade para participar de pesquisas científicas, seja por resistência, desinteresse ou pela divulgação não chegar em quantidade suficiente a uma camada expressiva da população. Posto isto, sugere-se que estudos futuros devem ter cautela ao generalizar para toda a população dados de uma amostra composta predominantemente por acadêmicos.

Por fim, identificou-se que tanto o CP como o uso do *Instagram* e a conscienciosidade, traço que mais fortemente impactou o CP neste estudo, se relacionam com outras variáveis que podem ajudar a explicar estes fenômenos, como a satisfação com a vida, uma vez que a conscienciosidade já foi positivamente relacionada com esta e indivíduos menos satisfeitos com a vida, logo, menos conscienciosos, sentem mais necessidade de escapar de si mesmos ou de sua realidade, fuga esta que pode ser na direção de RSOs, como o *Instagram*, logo esses indivíduos usam o *Instagram* excessivamente em uma tentativa de fugir da realidade indesejada e construir no plano virtual uma realidade mais satisfatória o que leva à negligência das interações sociais no plano não virtual e conseqüentemente ao CP, esse mecanismo já foi debatido na presente pesquisa, porém há de se considerar o papel da satisfação com a vida nessa articulação, por isso, sugere-se que estudos futuros sejam incluídos variáveis como satisfação com a vida, bem como autoestima e auto apresentação no *Instagram*.

## REFERÊNCIAS

ABEELE, Mariek Vanden. The social consequences of phubbing. *The Oxford handbook of mobile communication and society*, p. 158-174, 2020.

BALTA, Sabah et al. Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. **International Journal of Mental Health and Addiction**, v. 18, n. 3, p. 628-639, 2020.

BIGHETTI, C. A. Escala de depressão (EDEP) e sua relação com medidas de personalidade e habilidades sociais. 2010. Tese de Doutorado. Tese de Doutorado). Universidade São Francisco, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Itatiba.

BLANCA, María J.; BENDAYAN, Rebecca. Spanish version of the Phubbing Scale: Internet addiction, Facebook intrusion, and fear of missing out as correlates. **Psicothema**, v. 30, n. 4, p. 449-454, 2018.

CANGUSSÚ, Maria; FERREIRA, Mônica. Habilidades Sociais e Personalidade. Aspectos correlacionais que influenciam no comportamento de risco social dos adolescentes. **Revista Iniciação Científica**, 130-134, 2015/2016.

CHEN, Chongyang et al. Examining the effects of motives and gender differences on smartphone addiction. **Computers in Human Behavior**, v. 75, p. 891-902, 2017.

CHI, Li-Chiu; TANG, Tseng-Chung; TANG, Eugene. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. **Current Psychology**, v. 41, n. 2, p. 1112-1123, 2022.

CHOI, Tae Rang et al. Get behind my selfies: the Big Five traits and social networking behaviors through selfies. **Personality and Individual Differences**, v. 109, p. 98-101, 2017.

CHOTPITAYASUNONDH, Varoth; DOUGLAS, Karen M. The effects of “phubbing” on social interaction. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 48, n. 6, p. 304-316, 2018.

ÇIKRIKCI, Özkan; GRIFFITHS, Mark D.; ERZEN, Evren. Testing the mediating role of phubbing in the relationship between the big five personality traits and satisfaction with life. **International Journal of Mental Health and Addiction**, p. 1-13, 2019.

COSTA, P.; MCCRAE, R. NEO PI-R Manual profissional. NEO PI-R, Inventário de personalidade NEO revisto. **Lisboa: CEGOC-TEA, Lda**, 2000.

COSTA JR, Paul T.; MCCRAE, Robert R. The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. **Journal of personality disorders**, v. 6, n. 4, p. 343-359, 1992

ERSHAD, Zeinab Sadat; AGHAJANI, Tahmoures. Prediction of Instagram social network addiction based on the personality, alexithymia and attachment Styles. **Sociological Studies of Youth**, v. 8, n. 26, p. 21-34, 2017.

ERZEN, Evren; ODACI, Hatice; YENIÇERI, İlknur. Phubbing: Which personality traits are prone to phubbing?. **Social Science Computer Review**, v. 39, n. 1, p. 56-69, 2021.

FAGUNDES, Luiza Seabra. Autoestima e bem-estar subjetivo no Instagram : O impacto da comparação social e da personalidade. (Doctoral dissertation, PUC-Rio), 2019.

GAO, Wei; LIU, Zhaopeng; LI, Jingyuan. How does social presence influence SNS addiction? A belongingness theory perspective. **Computers in Human Behavior**, v. 77, p. 347-355, 2017.

GENNER, Sarah. **On/off: Risks and rewards of the anytime-anywhere internet**. vdf Hochschulverlag AG, 2017.

GUAZZINI, Andrea et al. An explorative model to assess individuals' phubbing risk. **Future Internet**, v. 11, n. 1, p. 21, 2019.

HOOTSUITE. The Global State of Digital 2022 (hootsuite.com). 2022.

JOHN, Oliver P; SRIVASTAVA, Sanjay. The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. 1999.

KARADAĞ, Engin et al. Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. **Journal of behavioral addictions**, v. 4, n. 2, p. 60-74, 2015.

KIRCABURUN, Kagan; GRIFFITHS, Mark D. Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. **Journal of behavioral addictions**, v. 7, n. 1, p. 158-170, 2018.

KIRCABURUN, Kagan; GRIFFITHS, Mark D. Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. **International Journal of Mental Health and Addiction**, v. 17, n. 4, p. 909-921, 2019.

KUSS, Daria J. et al. Problematic mobile phone use and addiction across generations: The roles of psychopathological symptoms and smartphone use. **Journal of technology in behavioral science**, v. 3, n. 3, p. 141-149, 2018.

PHANG, Lifia Monica Christian; PURNOMO, Daru; SARI, Dewi Kartika. Effect Of Using Instagram Stories On Phubbing Behavior In The Generation Z Of Salatiga. **Profetik: Jurnal Komunikasi**, v. 13, n. 2, p. 325-339.

LEE, Mindy; MURPHY, Karen; ANDREWS, Glenda. Using media while interacting face-to-face is associated with psychosocial well-being and personality traits. **Psychological Reports**, v. 122, n. 3, p. 944-967, 2019.

LIMA, Margarida Pedroso; SIMÕES, António. A teoria dos cinco factores: Uma proposta inovadora ou apenas uma boa arrumação do caleidoscópio personológico?. **Análise Psicológica**, v. 18, n. 2, p. 171-179, 2000.

LOPES, Ana Rita de Sousa. It' s about time, it' s not you it' s me: my time is not your time": Escala de percepção de tempo de utilização online. Tese de Doutorado. 2018.

MCCRAE, Robert R.; JOHN, Oliver P. An introduction to the five-factor model and its applications. **Journal of personality**, v. 60, n. 2, p. 175-215, 1992.

- MCCRAE, Robert R.; COSTA, Paul T. Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. **Journal of personality and social psychology**, v. 52, n. 1, p. 81, 1987.
- MONTEIRO, Renan P. et al. Vício no Insta: propriedades psicométricas da escala Bergen de adição ao Instagram. **Avances en Psicología Latinoamericana**, v. 38, n. 3, p. 136-147, 2020.
- NATIVIDADE, Jean Carlos; HUTZ, Claudio Simon. Escala reduzida de descritores dos cinco grandes fatores de personalidade: prós e contras. **Psico**, v. 46, n. 1, p. 79-89, 2015.
- OLWODUNOYE, Stella A.; OLUSA, Abayomi O.; ADESINA, Temitope R. Internet Addiction among Adolescents: The Influence of Gender and Personality. **African Journal For The Psychological Studies Of Social Issues**, v. 20, n. 2, p. 1-15, 2017.
- RODRIGUES, Vanessa Macedo; BARBOSA, Flávia de Carvalho. As redes sociais e o vazio existencial. **Revista Brasileira de Ciências da Vida**, v. 6, n. 2, 2018.
- ROBERTS, James A.; PULLIG, Chris; MANOLIS, Chris. I need my smartphone: A hierarchical model of personality and cell-phone addiction. **Personality and Individual Differences**, v. 79, p. 13-19, 2015.
- SILVA, Izabella Brito; NAKANO, Tatiana Cássia. Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade: análise de pesquisas. **Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment**, v. 10, n. 1, p. 51-62, 2011.
- SLEEM, Wafaa Fathi; EL-SAYED, Neamat Mohmed. The effect of job conscientiousness on job performance. **Nature and Science**, v. 9, n. 5, p. 1-8, 2011.
- T'NG, Soo Ting; HO, Khee Hoong; LOW, Sew Kim. Are you “phubbing” me? The determinants of phubbing behavior and assessment of measurement invariance across sex differences. **International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences**, v. 7, n. 2, p. 159-190, 2018.
- VAGHEFI, Isaac; QAHRI-SAREMI, Hamed. Personality predictors of IT addiction. In: **Proceedings of the 51st hawaii international conference on system sciences**. 2018.
- VALENCIA ORTIZ, Rubicelia; CABERO ALMENARA, Julio; GARAY RUIZ, Urtza. Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado. 2020.
- VAN DER SCHYFF, Karl et al. Investigating the mediating effects of phubbing on self-presentation and FoMO within the context of excessive Instagram use. **Cogent Psychology**, v. 9, n. 1, p. 2062879, 2022.
- WIEDERHOLD, Brenda K. The tenuous relationship between Instagram and teen self-identity. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 21, n. 4, p. 215-216, 2018.
- WHAITE, Erin O. et al. Social media use, personality characteristics, and social isolation among young adults in the United States. **Personality and Individual Differences**, v. 124, p. 45-50, 2018.

YOUNG, Nicola L. et al. Passive Facebook use, Facebook addiction, and associations with escapism: An experimental vignette study. **Computers in Human Behavior**, v. 71, p. 24-31, 2017.

ŽIVČIĆ-BEĆIREVIĆ, Ivanka; SMOJVER-AŽIĆ, Sanja; DORČIĆ, Tamara Martinac. Predictors of university students' academic achievement: A prospective study. **Društvena istraživanja**, v. 26, n. 4, p. 457-476, 2017.

ZHOU, Yueyue et al. Big five personality and adolescent Internet addiction: The mediating role of coping style. **Addictive behaviors**, v. 64, p. 42-48, 2017.

## CONCLUSÃO

A presente dissertação objetivou investigar as relações entre Comportamento de *Phubbing*, uso do *Instagram* e Traços de Personalidade com base na Teoria do *Big Five* de adultos brasileiros.

A compreensão do papel da personalidade e do uso do *Instagram* no CP, subsidia novos direcionamentos no âmbito científico, acadêmico e profissional bem como possibilita novos posicionamentos a nível pessoal e social no campo dos comportamentos tecnológicos e da saúde mental relacionada ao uso de dispositivos e recursos tecnológicos. Os achados da presente pesquisa destacam o papel significativo dos traços de personalidade no desenvolvimento de CP destacando a necessidade de desenvolvimento de mais pesquisas que abordam essa relação a fim de afunilar os conhecimentos acerca dos preditores psicológicos do CP.

Ao apresentar a adaptação para o contexto brasileiro do primeiro instrumento que avalia o Comportamento de *Phubbing*, a presente dissertação favorece estudos futuros sobre a relação do CP com outras redes sociais, com questões geracionais de idade e escolaridade e outras variáveis psicológicas, tecnológicas e sociodemográficas.

Os resultados da pesquisa também indicam a necessidade de maiores investimentos na produção de conhecimento científico acerca da relação entre Psicologia e Comportamento Tecnológico, uma vez que tais recursos e dispositivos são indissociáveis do funcionamento da sociedade atual o que evoca novas formas de comportamentos muitas vezes não saudáveis que afetam o bem-estar psicológico e a saúde mental dos sujeitos.

Além disso, ainda se verifica no Brasil o distanciamento entre o conhecimento academicamente produzido e as práticas profissionais implementadas em saúde mental. A aproximação destes campos pode qualificar a atuação profissional em contexto de diagnóstico e intervenção de pacientes com demandas advindas do relacionamento com as tecnologias, bem como embasar o desenvolvimento de ações com fins de prevenção de CP e promoção das boas práticas tecnológicas e sociais.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE



Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Faculdade de Psicologia - FAPSI  
Programa de Pós Graduação em Psicologia - PPGPSI  
Laboratório de Psicologia, Saúde e Sociedade na Amazônia – LAPSAM

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO-TCLE

O(A) Sr(a) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa "As relações entre personalidade, Phubbing e uso do Instagram de jovens e adultos brasileiros" cujo pesquisadora responsável é a pesquisadora, mestranda e psicóloga Adriane de Almeida Santos, sob orientação do Prof. Dr. Marck de Souza Torres da Universidade Federal do Amazonas – UFAM.

O(A) Sr(a) está sendo convidado porque esta pesquisa se destina a jovens e adultos brasileiros de 18 a 59 anos de idade, de qualquer gênero, orientação sexual, raça/cor, escolaridade e de todas as cinco regiões do território brasileiro. (Carta Circular nº 51-SEI/2017-CONEP/SECNS/MS).

O motivo para a realização desta pesquisa reside no fato de que vivemos em uma sociedade tecnológica cercada pelos mais diversos instrumentos e recursos tais como computadores, *smartphones*, redes sociais, estes elementos fazem parte da vida das pessoas, estão presentes na escola, na universidade, no trabalho e em outras atividades rotineiras do dia a dia a ponto não ser mais possível imaginar a vida sem as tecnologias. Durante a pandemia a tecnologia possibilitou que fosse possível continuar trabalhando, estudando e se comunicando com amigos e familiares durante o isolamento social, a tecnologia traz muitos benefícios e facilidades, mas também exige mudanças de funcionamento e organização gerando novas formas de subjetivação e conseqüentemente novas formas de sofrimentos que requerem a atenção da ciência psicológica. Por isso, este estudo vai abordar a temática do *Phubbing* que pode ser definido como o comportamento de ignorar interações sociais físicas para dedicar atenção ao uso do *smartphone*.

Os objetivos do projeto são: (1) analisar as relações entre personalidade, comportamento de *Phubbing* e uso do Instagram de jovens e adultos brasileiros, (2) identificar a relação entre o(s) traço(s) de personalidade e *Phubbing*, (3) examinar a relação entre o(s) traço(s) de personalidade e vício no uso do *Instagram*, (4) Analisar a correlação entre níveis de *Phubbing* e vício no uso do *Instagram*, (5) verificar a relação entre as variáveis de sexo e idade com os índices de *Phubbing* e vício no uso do *Instagram*, (6) realizar adaptação cultural para português do Brasil da Escala de *Phubbing* e (7) investigar evidências de validade da Escala de *Phubbing* para a população brasileira.

Para este estudo o procedimento de coleta de dados será feita por meio de um questionário online na plataforma *Google Forms* acessível por meio do link <<https://forms.gle/XH6GhNQ8K8kuB4pg8>> onde o participante deverá estar logado a uma conta de *e-mail* para assegurar que cada participante responda o formulário apenas uma vez.

O método de coleta de dados consistem em um formulário online de oito partes, sendo a primeira está aqui onde o termo de consentimento livre e esclarecido é apresentado e o(a) senhor(a) pode optar pela sua participação ou não, se decidir participar as outras partes do formulário serão apresentadas sendo: (parte 2) a parte onde o(a) senhor(a) irá dar algumas informações como idade e local onde mora e não irá fornecer nenhuma informação que possa permitir sua identificação, como o seu nome; (parte 3) esta parte possui algumas perguntas voltadas para o uso do *instagram*; (parte 4) você vai encontrar algumas perguntas relacionadas à personalidade, onde você vai indicar o quanto se identifica com determinadas características. (parte 5) aqui também existem mais algumas perguntas sobre o uso do *instagram*; (parte 6) nesta parte estão as perguntas que são parte da Escala de *Phubbing* (que é o ato de ignorar pessoas e interações sociais presenciais e físicas para dedicar atenção ao *smartphone*); (parte 7) aqui o(a) senhor(a) vai encontrar um espaço para informar seu email caso deseje receber os resultados da pesquisa; (parte 8) por último há uma parte de agradecimento e onde consta o *link* da pesquisa para que o(a) senhor(a) possa divulgar e convidar outras pessoas para participar caso desejar.

Caso aceite participar da pesquisa sua participação consiste em apenas 1 etapa: responder esse formulário de questões objetivas, tendo a duração média de 15 minutos. (item II.2.i, Res 466/2012/CNS e Constituição Federal Brasileira de 1988, artigo 5º, incisos V, X e XXVIII).

O(A) Sr(a). tem plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa. (Item IV.3.d, da Res. CNS nº. 466 de 2012).

É de grande importância que caso o(a) senhor(a) aceite participar da pesquisa guarde em seus arquivos uma cópia do TCLE em forma de documento eletrônico PDF.

Caso aceite participar o(a) senhor(a) terá acesso ao registro do consentimento sempre que solicitado" (RESOLUÇÃO Nº 510, DE 07 DE ABRIL DE 2016).

O(A) senhor(a) possui o direito de não responder qualquer questão, sem necessidade de explicação ou justificativa para tal, podendo também se retirar da pesquisa a qualquer momento. Todas as perguntas do formulário são obrigatórias, ou seja, para que suas respostas contribuam para a pesquisa o(a) senhor(a) deve responder todas as perguntas do formulário, porém caso haja alguma pergunta que o senhor não queira responder basta não dar continuidade às respostas e sua participação será retirada. O(A) senhor(a) terá acesso às perguntas somente depois que tenha dado o seu consentimento" (Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS).

Caso após preencher e enviar o questionário o(a) Sr(a) desejar retirar seu consentimento para uso dos dados, deve entrar em contato com a pesquisadora responsável por meio do *e-mail*: [psi.adrianealmeida@gmail.com](mailto:psi.adrianealmeida@gmail.com) que lhe enviará resposta confirmando ciência de sua decisão. (Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS, item 4.2. e 4.3).

Toda pesquisa com seres humanos envolve riscos aos participantes, nesta pesquisa os riscos para o(a) Sr.(a) podem envolver sentir-se constrangido(a) e/ou desconfortável em responder determinadas perguntas, para minimizar estes riscos medidas e providências cabíveis serão discutidas e acordadas com cada participante. (Res. 466/12-CNS, IV.3.b.).

Quanto aos riscos para o anonimato e sigilo, garantimos ao(à) Sr(a) a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica. Entretanto, por estarmos usando esta plataforma, "nuvem" eletrônica (ambiente virtual), para armazenamento das respostas, há limitações para assegurar a total confidencialidade e, por isso, uma vez terminada a coleta de dados será realizado o "*download*" dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local da pesquisadora responsável, apagando todo e qualquer registro da plataforma virtual ("nuvem"). (Item IV.3.e, da Resolução CNS nº. 466 de 2012; item 3.2. da Carta 01/2021-CONEP).

Também são esperados os seguintes benefícios indiretos com esta pesquisa: processo de auto reflexão e tomada de decisão acerca dos seus padrões de relacionamento com as tecnologias, bem como a possibilidade de desenvolvimento de formas de relacionamento mais saudáveis com as redes sociais e desenvolvimento de autoconhecimento referente a padrões de comportamento tecnológico e personalidade.

Se julgar necessário, o(a) Sr(a) dispõe de tempo para que possa refletir sobre sua participação, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los na tomada de decisão livre e esclarecida. (Res. 466/2012-CNS, IV.I.c).

Não haverá ressarcimento de nenhum tipo na pesquisa (Item IV.3.g, da Res. CNS nº. 466 de 2012).

Também estão assegurados ao(à) Sr(a) o direito a pedir indenizações e a cobertura material para reparação a dano causado pela pesquisa ao participante da pesquisa. (Resolução CNS nº 466 de 2012, IV.3.h, IV.4.c e V.7)

Asseguramos ao(à) Sr(a) o direito de assistência integral gratuita devido a danos diretos/indiretos e imediatos/tardios decorrentes da sua participação no estudo, pelo tempo que for necessário. Essa assistência será prestada mediante: a) suporte psicológico por meio do Centro de Serviço de Psicologia Aplicada - CSPA, serviço vinculado à Faculdade de Psicologia - FAPSI da Universidade Federal do Amazonas - UFAM. e/ou b) outra medida necessária ao bem-estar do/a participante, de modo a garantir a integridade física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do participante. (Itens II.3.1 e II.3.2, da Resolução CNS nº. 466 de 2012)

O(A) Sr(a). pode entrar em contato com a pesquisadora responsável Adriane de Almeida Santos a qualquer tempo para informação adicional pelo endereço de *e-mail*: [psi.adrianealmeida@gmail.com](mailto:psi.adrianealmeida@gmail.com)

O(A) Sr(a). também pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal do Amazonas (CEP/UFAM) e com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), quando pertinente. O CEP/UFAM fica na Escola de Enfermagem de Manaus (EEM/UFAM) - Sala 07, Rua Teresina, 495 – Adrianópolis – Manaus – AM, Fone: (92) 3305-1181 Ramal 2004, *E-mail*: [cep@ufam.edu.br](mailto:cep@ufam.edu.br). O CEP/UFAM é um colegiado multi e transdisciplinar, independente, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Recomendamos ao Sr.(a). imprimir este TCLE e guardá-lo como comprovante de seu consentimento e dos termos aqui descritos, ou fazer *download* em pdf. (Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS, item 2.2.).

Ao imprimir marcar a opção “imprimir cabeçalhos e rodapés”, para ter o *link* da página de origem e a paginação do TCLE.

Ao clicar no botão [Próxima] abaixo, o(a) Senhor(a) concorda em participar da pesquisa nos termos apresentados neste TCLE, e iniciará a resposta ao questionário. Caso não concorde em participar, apenas feche essa página no seu navegador. Caso desista da participação antes de finalizar o formulário basta não enviar ao final. (Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS, item 2.2.4.).

## CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO

Li e concordo em participar da pesquisa.

---

Assinatura do Participante

*Adriane de Almeida Santos*

---

Assinatura da Pesquisadora Responsável

ANEXO 2 - Questionário Sociodemográfico  
- Adaptado de Gameiro (2019)

<b>Identificação</b>	
Qual a sua idade?	
Em qual estado você mora?	
Com qual gênero você se identifica? (selecione todas as opções que se aplicam a você)	
<input type="checkbox"/>	Mulher transgênero (Se você não teve o gênero feminino atribuído a você quando nasceu, mas se identifica com ele )
<input type="checkbox"/>	Homem transgênero (Se você não teve o gênero masculino atribuído a você quando nasceu, mas se identifica com ele )
<input type="checkbox"/>	Mulher cisgênero (Se você teve o gênero feminino atribuído a você quando nasceu e se identifica com ele ).
<input type="checkbox"/>	Homem cisgênero (Se você teve o gênero masculino atribuído a você quando nasceu e se identifica com ele )
<input type="checkbox"/>	Não-binário (Se sua identidade de gênero não se limita somente a masculino e feminino)
<input type="checkbox"/>	Outra identidade de gênero
Qual (is) a (s) sua (s) orientação (ões) sexual (is)?	
<input type="checkbox"/>	Assexual
<input type="checkbox"/>	Bissexual
<input type="checkbox"/>	Demissexual
<input type="checkbox"/>	Heterossexual
<input type="checkbox"/>	Homossexual
<input type="checkbox"/>	Lésbica
<input type="checkbox"/>	Pansexual
<input type="checkbox"/>	Queer
<input type="checkbox"/>	Outro

Pensando na sua cor ou raça, com qual opção abaixo você se identifica?	
	Preta
	Indígena
	Parda
	Amarela
	Branca
	Não sei
	Prefiro não declarar
	Outro
Qual a sua escolaridade?	
	Ensino Fundamental completo
	Ensino Fundamental incompleto
	Ensino Médio completo
	Ensino Médio incompleto
	Ensino Médio Técnico completo
	Ensino Médio Técnico incompleto
	Ensino Superior completo
	Ensino Superior incompleto
	Mestrado/Doutorado completo
	Mestrado/Doutorado incompleto
<b>Perguntas voltadas para o Uso do Instagram</b>	
Você usa o Instagram? ( ) Sim ( ) Não	

Com que frequência você...

	Várias vezes por dia	1 vez por dia	2 a 3 vezes por semana	1 vez por semana	1 vez por mês	Nunca
Visita o Instagram?	6	5	4	3	2	1
Posta stories no Instagram?						
Posta fotos ou vídeos no Feed do Instagram?						
Posta selfies nos stories do Instagram?						
Posta selfies no feed do Instagram?						
Atualiza as suas informações de perfil no Instagram?						
Altera a sua foto de perfil no Instagram?						
Utiliza filtros nas suas selfies que você posta nos stories do Instagram?						
Utiliza filtros nas suas selfies que você posta no feed do Instagram?						
Utiliza filtros nas outras fotos e/ou vídeos que você posta no Instagram.						

ANEXO 3 - Escala Reduzida de Descritores de Personalidade (RED-5)  
(de Natividade e Hutz, 2015)

Abaixo há uma lista de expressões e pedimos a você que julgue o quanto elas são adequadas para descrever você. Quanto MAIS você CONCORDA que a palavra descreve você, mais perto do número 7 você deve assinalar. Quanto MENOS você CONCORDA que a palavra descreve você, mais perto do número 1 você deve assinalar.

Eu sou uma pessoa...	Discordo totalmente			Nem concordo, nem discordo			Concordo totalmente
	1	2	3	4	5	6	7
1. que não gosta de mudanças	1	2	3	4	5	6	7
2. ansiosa(o)	1	2	3	4	5	6	7
3. pouco amigável	1	2	3	4	5	6	7
4. extrovertida(o)	1	2	3	4	5	6	7
5. indisciplinada(o)	1	2	3	4	5	6	7
6. simpática(o)	1	2	3	4	5	6	7
7. convencional	1	2	3	4	5	6	7
8. responsável	1	2	3	4	5	6	7
9. tranquila(o)	1	2	3	4	5	6	7
10. comunicativa(o)	1	2	3	4	5	6	7
11. desorganizada(o)	1	2	3	4	5	6	7
12. que tem curiosidade	1	2	3	4	5	6	7
13. antipática(o)	1	2	3	4	5	6	7
14. temperamental	1	2	3	4	5	6	7
15. tímida(o)	1	2	3	4	5	6	7
16. esforçada(o)	1	2	3	4	5	6	7
17. emocionalmente estável	1	2	3	4	5	6	7
18. amigável	1	2	3	4	5	6	7
19. calada(o)	1	2	3	4	5	6	7
20. aberta(o) a novas experiências	1	2	3	4	5	6	7

ANEXO 4 - Escala Bergen de Adição ao *Instagram* (EBAI) de Monteiro et al., 2020

Instruções: Abaixo você encontrará algumas perguntas sobre seu relacionamento e uso do *Instagram*. Usando a escala de resposta a seguir, escolha a alternativa que melhor descreve você.

Muito Raramente	Raramente	Às Vezes	Frequentemente	Muito Frequentemente
1	2	3	4	5

Quantas vezes, durante o último ano você...

...passou muito tempo pensando sobre <i>Instagram</i> ou planejando o uso do <i>Instagram</i> ?	1	2	3	4	5
...sentiu um desejo cada vez maior de usar o <i>Instagram</i> ?	1	2	3	4	5
...usou o <i>Instagram</i> para esquecer problemas pessoais?	1	2	3	4	5
...tentou reduzir o uso do <i>Instagram</i> sem sucesso?	1	2	3	4	5
...ficou inquieto ou perturbado se você tiver sido proibido de usar <i>Instagram</i> ?	1	2	3	4	5
...usou tanto o <i>Instagram</i> que teve um impacto negativo em seu trabalho/estudos?	1	2	3	4	5

ANEXO 5 – Escala de *Phubbing* Versão Original de Karadag *et al.* (2015)

1. Meus olhos se voltam para meu celular quando estou com outras pessoas.
2. Estou sempre ocupado(a) com meu celular quando estou com os(as) amigos(as).
3. As pessoas reclamam sobre como eu lido com meu celular.
4. Eu me ocupo com o celular quando estou em um jantar com os(as) amigos(as).
5. Eu não acho que incomodo meu(minha) companheiro(a) (ou familiares, se não tiver companheiro(a)) quando estou ocupado(a) no celular.
6. O meu celular está sempre ao meu alcance.
7. Uma das primeiras coisas que faço ao acordar é checar as mensagens no meu celular.
8. Sinto-me incompleto(a) sem meu celular.
9. A cada dia que passa eu aumento o uso do meu celular.
10. O tempo que dedico para atividades sociais, pessoais e profissionais diminui por causa do uso do celular.

## ANEXO 6 – Escala de Phubbing Versão Brasileira em Português com 9 itens

1. Meus olhos se voltam para meu celular quando estou com outras pessoas.
2. Estou sempre ocupado(a) com meu celular quando estou com os(as) amigos(as).
3. As pessoas reclamam sobre como eu lido com meu celular.
4. Eu me ocupo com o celular quando estou em um jantar com os(as) amigos(as).
5. O meu celular está sempre ao meu alcance.
6. Uma das primeiras coisas que faço ao acordar é checar as mensagens no meu celular.
7. Sinto-me incompleto(a) sem meu celular.
8. A cada dia que passa eu aumento o uso do meu celular.
9. O tempo que dedico para atividades sociais, pessoais e profissionais diminui por causa do uso do celular.

## ANEXO 7 – E-mail de confirmação da submissão na revista *Paidéia* do artigo referente ao estudo 1 da presente dissertação

16/01/23, 14:52

Gmail - Paidéia (Ribeirão Preto) - Manuscript ID PAIDEIA-2022-0129



Adriane Almeida &lt;adrianeaas7@gmail.com&gt;

### Paidéia (Ribeirão Preto) - Manuscript ID PAIDEIA-2022-0129

1 mensagem

Eliana Araujo &lt;onbehalf@manuscriptcentral.com&gt;

10 de dezembro de 2022 às 01:18

Responder a: [paideia@usp.br](mailto:paideia@usp.br)Para: [adrianeaas7@gmail.com](mailto:adrianeaas7@gmail.com)Cc: [adrianeaas7@gmail.com](mailto:adrianeaas7@gmail.com), [liviaf.n santos@gmail.com](mailto:liviaf.n santos@gmail.com), [liviaf9@gmail.com](mailto:liviaf9@gmail.com), [hmartins7@gmail.com](mailto:hmartins7@gmail.com), [marckstorres@ufam.edu.br](mailto:marckstorres@ufam.edu.br), [marckst43@gmail.com](mailto:marckst43@gmail.com)

10-Dec-2022

Prezado(a) Miss Santos,

Comunicamos o recebimento do manuscrito intitulado "Adaptação Cultural e Evidências Psicométricas da Escala De Phubbing" para eventual publicação na *Paidéia* (Ribeirão Preto). Solicitamos a gentileza de aguardar o contato da secretaria da revista para dar continuidade ao processo de tramitação do seu manuscrito.

O número do seu manuscrito é PAIDEIA-2022-0129. Solicitamos que utilize esse número em todas as comunicações com a revista.

Informamos ainda que a revista *Paidéia* poderá acionar os autores de um novo manuscrito submetido para serem revisores de outros trabalhos em processo de avaliação.

Agradecemos a preferência por nosso periódico como possível veículo de divulgação de sua produção científica. Em caso de dúvidas, estamos à disposição para atendê-lo(a) pelo e-mail [paideia@usp.br](mailto:paideia@usp.br) ou pelo telefone (16) 3315.3829.

Atenciosamente,

Comissão Editorial  
Paidéia (Ribeirão Preto)

-----  
10-Dec-2022

Dear Miss Santos:

Your manuscript entitled "Adaptação Cultural e Evidências Psicométricas da Escala De Phubbing" has been successfully submitted online and is presently being given full consideration for publication in the *Paidéia* (Ribeirão Preto).

Your manuscript ID is PAIDEIA-2022-0129.

Please mention the above manuscript ID in all future correspondence or when calling the office for questions. If there are any changes in your street address or e-mail address, please log in to ScholarOne Manuscripts at <https://mc04.manuscriptcentral.com/paideia-scielo> and edit your user information as appropriate.

You can also view the status of your manuscript at any time by checking your Author Center after logging in to <https://mc04.manuscriptcentral.com/paideia-scielo>.

Thank you for submitting your manuscript to the *Paidéia* (Ribeirão Preto).

Sincerely,

Paidéia (Ribeirão Preto) Editorial Office