

USO DEPENDENTE DO INSTAGRAM E AFETOS EM UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS

GABRIELY RIBEIRO EZEQUIEL¹; CAROLINE MACHADO FERREIRA²;
GESSYKA WANGLON VELEDA³; GIULIA RODRIGUES SEOANE⁴; LUCIANO
DIAS DE MATTOS SOUZA⁵

¹Universidade Católica de Pelotas (UCPel) – gabriely.ezequiel@sou.ucpel.edu.br

²Universidade Católica de Pelotas (UCPel) – caroline.ferreira@sou.ucpel.edu.br

³Universidade Católica de Pelotas (UCPel) - gessyka.veleda@sou.ucpel.edu.br

⁴Universidade Católica de Pelotas (UCPel) - giulia.seoane@sou.ucpel.edu.br

⁵Universidade Católica de Pelotas (UCPel) – luciano.souza@ucpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O uso das redes sociais tem se tornado cada vez mais uma prática onipresente na vida dos indivíduos. Entre as redes mais populares, o Instagram tem se destacado, especialmente entre os jovens adultos. O Brasil, em 2020, se encontrava em terceiro lugar no ranking mundial dos países com maior número de usuários dessa rede, totalizando 77 milhões (STATISTA, 2020). Assim, o uso das redes sociais tem sido um importante objeto de estudo para as pesquisas em Psicologia.

Os achados sobre o uso do Instagram ainda são incipientes, contudo já foram identificadas associações entre essa rede e diferentes variáveis como uso problemático de smartphone, maior comparação social, maior necessidade de pertencimento e menor auto aceitação especialmente no desenvolvimento de adolescentes, maior vulnerabilidade a preocupações dismórficas e menos afetos positivos (YANG, 2016; DE VRIES *et al.*, 2018; WONG; AMON; KEEP, 2019; CIPOLLETTA, *et al.*, 2020; ROMERO-RODRÍGUEZ, *et al.*, 2020; SENÍN-CALDERÓN; PERONA-GARCELÁN; RODRÍGUEZ-TESTAL, 2020). Por outro lado, também são indicadas relações entre o uso do Instagram, satisfação com a vida, resiliência e suporte social (BRAILOVSKAIA; MARGRAF, 2018).

Ademais, é importante mencionar que o modo como as redes sociais são utilizadas, parecem interferir nos seus efeitos. Na literatura são identificados dois principais tipo de uso: passivo, no qual o indivíduo monitora a vida de outras pessoas sem se envolver em trocas diretas (percorrer feeds de notícias ou olhar fotos de outros usuários) e ativo que se refere a atividades desenvolvidas nas redes que facilitam trocas diretas com os outros (trocar mensagens, por exemplo). (BURKE; KRAUT; MARLOW, 2011). Achados anteriores identificaram associações entre uso passivo com maiores níveis de comparação social, afeto negativo (CHEN *et al.*, 2016) e diminuição do bem-estar (APPEL *et al.*, 2015; TANDOC *et al.*, 2015) em comparação ao uso ativo. Neste sentido, o objetivo deste estudo é verificar os escores de uso dependente e tipos de uso do Instagram e suas associações com características gerais e afetos positivos e negativos em universitários.

2. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo quantitativo transversal, aninhado a uma pesquisa longitudinal. A amostra contou com 1065 universitários de todas as regiões do país, maiores de 18 anos e que usavam a rede social Instagram. O método de amostragem foi não probabilístico. Foram aplicados um questionário geral, a *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS- BR) adaptada, para mensurar o uso dependente de Instagram, *Passive and Active Facebook Use Measure* (PAUM), para verificar os tipos de uso do Instagram e a *Positive and Negative Affect Schedule* (PANAS) para avaliação dos afetos positivos e negativos. Todos os instrumentos foram aplicados de forma online, a partir de uma plataforma no aplicativo de gerenciamento de pesquisa *Google Forms*. A pesquisa foi avaliada pelo Comitê de ética em pesquisa da Universidade Católica de Pelotas (UCPel) sob de protocolo CAAE: 47931821.2.0000.5339 e todos os participantes concordaram com o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

A análise dos dados foi realizada no programa estatístico SPSS 22.0. Para descrever a amostra foram realizadas análises univariadas a partir de medidas de tendência central e dispersão para variáveis quantitativas e frequências absolutas e relativas para variáveis qualitativas. Para as análises de associação foram realizados os testes de Mann-Whitney e de ρ de Spearman, devido a distribuição não paramétrica dos dados. Foram consideradas associações estatisticamente significativas, aquelas que apresentaram $p < 0,05$.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As participantes eram em maioria mulheres (68,8%), brancas (56,1%), com idade entre 18 e 64 anos ($M_d = 22$, IIQ = 20 a 24), matriculadas em cursos da área das ciências humanas (29,7%), sem presença de diagnóstico psicológico no momento (79,2%). Quanto às regiões, 41% eram do sudeste, 20,2% do sul, 20% do nordeste, 10,2% do centro-oeste e 8,5% do norte; de forma semelhante à distribuição das proporções da população de universitários no país.

Em relação ao uso do Instagram a mediana dos escores da escala BFAS-BR foi de 43 pontos (IIQ 32 a 55,5), seguido da PAUM ativo de 14 pontos (IIQ 11 a 17) e PAUM passivo 18 pontos (IIQ 16 a 21). Já a mediana de afetos positivos foi 30 pontos (IIQ 23 a 36) seguido da média de 22 pontos de afetos negativos (IIQ 15 a 30,5).

Quanto as características gerais, pessoas que se identificaram com o sexo feminino, apresentaram significativamente maiores escores de uso dependente em comparação aos sujeitos do sexo masculino ($U = 81629,0$, $z = -7,79$, $p < 0,001$). Ainda, também apresentaram maiores escores em uso passivo ($U = 98632,5$, $z = -4,04$, $p < 0,001$) e ativo ($U = 95198,0$, $z = -4,81$, $p < 0,001$). Contudo, tanto a idade como a presença de diagnósticos psicológicos no momento, não apresentaram associações estatisticamente significativas com uso dependente e tipos de uso.

Quanto aos afetos negativos, esses apresentaram correlação positiva significativa com o uso dependente ($r = 0,38$, $p > 0,001$), enquanto os afetos positivos apresentaram correlação negativa significativa ($r = -0,15$, $p > 0,001$). Schivinski *et al.*, (2020), igualmente encontrou associações entre uso problemático das redes sociais com afeto positivo ($r = -0,08$, $p < 0,05$) e afetos negativos ($r =$

0,37). O uso problemático também foi associado negativamente ao bem-estar psicológico ($r = -0,30$, $p < 0,01$), autoestima ($r = -0,27$, $p < 0,01$).

Já em relação aos tipos de uso, as análises de correlação apontaram uma associação positiva significativa entre o uso passivo e afetos negativos ($r = 0,21$, $p > 0,001$) e não encontrou associação com os afetos positivos. Já o uso ativo apresentou correlação positiva e significativa tanto com afetos positivos ($r = 0,11$, $p > 0,001$), como com afetos negativos ($r = 0,08$, $p = 0,04$), apesar de pouco expressivo.

CHEN *et al.* (2016) também identificou associações entre uso passivo das redes e afetos negativos. Contudo, outros achados também identificaram associações negativas entre o uso passivo de redes sociais e desfechos de bem-estar (CF., BURKE *et al.*, 2013; KRASNOVA *et al.*, 2013; VERDUYN *et al.*, 2015). No presente estudo, essa relação não foi identificada, quando avaliados os afetos positivos. Da mesma forma, a literatura aponta associações entre o uso ativo, e desfechos de bem-estar (CF., CHOU & EDGE, 2012; DETERS & MEHL, 2013; ELLISON *et al.*, 2007), o que é corroborado pelos resultados presentes. Porém, o uso ativo também apresenta correlações positivas com afetos negativos, apresentando um direcionamento não esperado. Vale ressaltar, que os estudos anteriores avaliaram principalmente o uso do Facebook ou de outras redes sociais em geral, o que pode explicar, os resultados, em parte, conflitantes. Mais estudos são necessários, a fim de, evidenciar as especificidades do uso do Instagram e suas associações com variáveis psicológicas.

4. CONCLUSÕES

Dado o exposto, fica evidente que o uso dependente e passivo do Instagram está associado especialmente aos afetos negativos, sendo mais expressivo em pessoas do sexo feminino. Não obstante, vale ressaltar que não há relação entre intensidade e tipo de uso com variáveis como idade e diagnóstico psicológico.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CIPOLLETTA, Sabrina *et al.* How Can Adolescents Benefit from the Use of Social Networks? The iGeneration on Instagram. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 17, n. 19, p. 6952, 2020. DOI: 10.3390/ijerph17196952.

CHEN, Wu *et al.* Passive social network site use and subjective well-being: A moderated mediation model. **Computers in Human Behavior**, v. 64, p. 507-514, 2016. DOI: 10.1016/j.chb.2016.04.038.

DE VRIES, Dian A. *et al.* Social comparison as the thief of joy: Emotional consequences of viewing strangers' Instagram posts. **Media psychology**, v. 21, n. 2, p. 222-245, 2018. DOI: 10.1080/15213269.2016.1267647.

MPH, M. M. Validation of the Thai version of Bergen Facebook addiction scale (Thai-BFAS). **J Med Assoc Thai**, v. 98, n. 2, p. 108-117, 2015.

ROMERO-RODRÍGUEZ, José-María et al. Impact of problematic smartphone use and Instagram use intensity on self-esteem with university students from physical education. **International journal of environmental research and public health**, v. 17, n. 12, p. 4336, 2020. DOI: 10.3390/ijerph17124336.

SENÍN-CALDERÓN, Cristina; PERONA-GARCELÁN, Salvador; RODRÍGUEZ-TESTAL, Juan F. The dark side of Instagram: Predictor model of dysmorphic concerns. **International Journal of Clinical and Health Psychology**, v. 20, n. 3, p. 253-261, 2020. DOI: 10.1016/j.ijchp.2020.06.005.

STATISTA. **Leading countries based on Instagram audience size as of July 2020**. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso em: dezembro de 2020.

TANDOC JR, Edson C.; FERRUCCI, Patrick; DUFFY, Margaret. Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?. **Computers in human behavior**, v. 43, p. 139-146, 2015. DOI: 10.1016/j.chb.2014.10.053.

VERDUYN, Philippe et al. Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. **Social Issues and Policy Review**, v. 11, n. 1, p. 274-302, 2017. DOI:10.1111/sipr.12033.

WONG, Dorothy; AMON, Krestina L.; KEEP, Melanie. Desire to belong affects Instagram behavior and perceived social support. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 22, n. 7, p. 465-471, 2019. DOI: 10.1089/cyber.2018.0533.

YANG, Chia-chen. Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 19, n. 12, p. 703-708, 2016. DOI:10.1089/cyber.2016.0201.