



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS - UNIFIP

PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

COORDENAÇÃO DE PESQUISA - COOPIC

COORDENAÇÃO DE EXTENSÃO - COOEX

CURSO DE MEDICINA

PHUBBING, ANSIEDADE SOCIAL PARA USUÁRIOS DE MÍDIAS SOCIAIS E TRAÇOS DE PERSONALIDADE: UM ESTUDO TRANSCULTURAL

☐ Orientadora: Prof^a. Ma. Thereza Christina Garcia Bezerra;
☐ Alunos-Pesquisadores: Maria Eduarda Pereira Araújo; Samuel Galberto dos Santos; Maria Edisandy Bezerra dos Santos; Michael Douglas de França; Anna Clara Silva Fernandes; e Alírio da Silva Soares.

RESUMO

O objetivo do presente projeto é adaptar duas medidas para o contexto brasileiro (Phubbing e Ansiedade Social para Usuários e Mídias Sociais), bem como, desenvolver um modelo explicativo tendo em conta os traços de personalidade e os construtos citados anteriormente. Neste sentido, a presente pesquisa é de caráter quantitativo, do tipo correlacional expofacto. Quanto a coleta de dados deste estudo será dividido em duas partes, na primeira parte de validação das escalas de Phubbing e Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais, participaram 400 pessoas da população geral do Brasil, com idade igual ou superior a 18 anos, que se disponibilizem de maneira voluntária. Quanto a segunda parte, participaram de 200 pessoas da população geral da Europa que se disponibilizem de maneira voluntária, com idades igual ou superior a 18 anos, esses dados serão coletados em parceria com uma pesquisadora do Reino Unido. A coleta dos estudos será realizada online, através de um formulário elaborado no Google Forms, para tanto, além de questões sociodemográfica para caracterização da amostra, será utilizada a Escala de Phubbing, Escala de Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais e Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade. No que diz respeito as análises de dados serão utilizados o Software Estatístico para Ciências Sociais (SPSS, versão 25), PROCESS e Analysis of Moment Structures (AMOS).

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, vivenciamos cada vez mais a tecnologia da informação, atrelado a isso, houve o surgimento de fenômenos psicossociais da interação com os aparelhos eletrônicos que estão sempre ao nosso redor. Dentre estes fenômenos, podemos destacar o phubbing, definido como a utilização de smartphones durante a interação face-a-face, que faz com que o outro comunicador se sinta ignorado (Xie et al., 2019; Xie et al., 2020). Mas o que pode prever o phubbing? a Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais é uma possibilidade relevante. Sabe-se que a ansiedade é um construto que diz respeito à reflexão de características afetivas, bem como, resposta emocional a aspectos fisiológicos, cognitivos e comportamentais (Kazdin, 2000). No que tange a Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais, a operacionalização adotada na presente pesquisa, esse construto é destaca por meio de quatro subfatores, sendo uma mais voltada para ansiedade social oriunda do compartilhamento de conteúdos íntimos, outra voltada para preocupação com a privacidade, uma terceira dimensão de ansiedade voltada para interação com terceiros, por fim, uma ansiedade voltada para autoavaliação (Alkis, Kadirhan & Mustafa, 2017). Um construto que pode estar associado a esses fenômenos psicossociais são os traços de personalidade, considerando que a personalidade influencia diretamente o comportamento humano. Embora não haja consenso quanto à definição do que exatamente é personalidade, pode-se descrevê-la como sendo um conjunto de características individuais, que norteia o comportamento humano e é constituída socialmente (Schultz & Schultz, 2008). Existe um variado repertório de abordagens, que direcionam seu estudo da personalidade. Na presente pesquisa a abordagem adotada será o modelo teórico do Big Five, abordagem teórica que defende que a personalidade humana é formada a partir de cinco grandes fatores (Gomes & Golino, 2012).

Fonte: Google Imagens.

Desse modo, é possível hipotetizar que os cinco grandes fatores de personalidade podem prever o Phubbing, sendo mediados pela Ansiedade Social de Usuários de Mídias Sociais.

OBJETIVO GERAL

☐ Explicar a Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais frente aos Traços de Personalidade e Phubbing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

☐ Validar a Escala de Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais para o contexto brasileiro;
☐ Reunir evidências de validade e precisão da Escala de Phubbing para o Brasil;
☐ Testar modelo teórico, explicando a Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais, tendo como variáveis explicadoras os Traços de Personalidade e o Phubbing;
☐ Testar transculturalmente a replicação do modelo explicativo supracitado.

METODOLOGIA

TIPO DE ESTUDO

Tratar-se-á de um estudo psicométrico do tipo correlacional ex post facto de adaptação de medidas.

PARTICIPANTES E AMOSTRA

No estudo I, pretende-se contar com a participação de 400 participantes da população geral do Brasil. Enquanto no Estudo II, pretende-se contar com a

participação de 200 participantes da população geral da Europa.

PROCEDIMENTOS E ASPECTOS ÉTICOS

Inicialmente, o presente projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética e Pesquisa do UNIFIP. Foi levado em consideração as Resoluções nº 466/2012, e 510/2016 expedida pelo Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2012; 2016). Após a aprovação do Comitê de Ética, foi realizada a tradução dos itens dos instrumentos que serão adaptados (Back Translation). Em seguida iniciou-se a coleta de dados que está sendo realizada online através de um formulário do Google Forms.

INSTRUMENTOS

No que diz respeito à coleta dos dados, os participantes responderão a questões sociodemográficas para caracterização da amostra, como também, o Inventário dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade – Big Five (ICGF) (Andrade, 2008); Escala de Phubbing (Grieve e March, 2020); e a Escala de Ansiedade Social para Usuários de Mídias Sociais Kadirhan e Sat (2017).
ANÁLISES DE DADOS
Os dados serão tabulados e analisados através do SPSS (versão 25), neste, serão realizadas estatísticas descritivas (média, frequência e desvio padrão), assim como, estatísticas inferenciais (análises fatoriais, correlações e regressões). Por fim, será utilizado o AMOS e PROCESS, para testagem de modelos.

VALIDAÇÃO

Almeja-se inicialmente contar com duas medidas, que apresentem parâmetros psicométricos satisfatórios para o Brasil. Ademais, além da ênfase psicométrica, pretende-se contribuir empiricamente e teoricamente na ciência psicológica, compreendendo de que forma os Traços de Personalidade, a Ansiedade Social de Usuários de Mídias Sociais e o Phubbing se relacionam. Neste sentido, parece oportuno contribuir com o esclarecimento de demandas voltadas às mídias digitais, sabendo do importante papel e influência sobre a saúde mental e comportamentos humanos.

REFERÊNCIAS

Alkis, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and validation of social anxiety scale for social media users. Computers in Human Behavior, 72, 296-303.
Andrade, J. M. (2008). Evidências de validade do inventário dos cinco grandes fatores da personalidade para o Brasil. (Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações), Universidade de Brasília.
Gomes, C., M., A., & Golino, H., F. (2012). Relações hierárquicas entre os traços amplos do Big Five. Psicologia Reflexão e Crítica, 25 (3), 445-456.
Kazdin, A. E. (2000). Encyclopedia of psychology (1ste8th ed.). Washington, DC: Oxford University Press.
Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2008). Teorias da personalidade. Cengage Learning: São Paulo.
Xie, X., Chen, W., Zhu, X., & He, D. (2019). Parents' phubbing increases adolescents' mobile phone addiction: Roles of parent-child attachment, deviant peers, and gender. Children and Youth Services Review, 105, 104426.
Xie, X., Tang, X., Rapp, H., Tong, D., & Wang, P. (2020). Does forgiveness alleviate depression after being phubbed for emerging adults? The mediating role of self-esteem. Computers in Human Behavior, 109, 106362. doi:10.1016/j.chb.2020.106362