

Uício no Insta: propriedades psicométricas da escala Bergen de adição ao Instagram

Uicio en Instagram: propiedades psicométricas de la Escala Bergen de Adicción al Instagram

Instaddiction: Psychometric Properties of the Bergen Instagram Addiction Scale

Renan P. Monteiro

Universidade Federal de Mato Grosso

Tatiana Medeiros Costa Monteiro

Centro de Estudos da Família e do Indivíduo

Andressa Cristina de Barros Cassaro

Marcela Eduarda Bezerra de Lima

Nathalya Karolline Vasconcelos de Souza

Thatielly Miranda Santos Ribeiro

Thallys Pereira Arantes

Universidade Federal de Mato Grosso

Doi: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.8132>

Resumo

O presente artigo objetivou adaptar para o contexto brasileiro a Escala Bergen de Adição ao Instagram (EBAI), reunindo evidências de validade (fatorial, convergente e concorrente) e precisão, além de inspecionar os parâmetros individuais de seus itens (dificuldade e discriminação). Participaram 217 usuários dessa rede social ($M_{idade} = 22,04$; $DP_{idade} = 6,63$; 73,7% mulheres). Os resultados apontaram para a unidimensionalidade da medida, que teve seus itens com discriminação alta e muito alta, de fácil e moderado endosso e que co-

briu ampla faixa do traço latente. Ademais, o vício no Instagram se associou positivamente a mal-estar psicológico (e.g., depressão, estresse e ansiedade), além do escore total da EBAI ter predito o uso dessa rede social (e.g., tempo gasto e frequência de postagens). No geral, os resultados demonstraram que a EBAI é uma medida curta e eficiente para a quantificação do vício no Instagram, possibilitando conhecer os antecedentes e as consequências do uso excessivo dessa rede social. *Palavras-chave:* vício; Instagram; medida; validade; saúde mental.

Dirigir correspondência a Renan P. Monteiro. Universidade Federal de Mato Grosso. Correio eletrônico: renanpmonteiro@gmail.com

Para citar este artigo: Monteiro, R. P., Monteiro, T. M. C., Cassaro, A. C. B., Lima, M. E. B., Souza, N. K. V., Ribeiro, T. M. S., & Arantes, T. P. (2020). Vício no Insta: propriedades psicométricas da Escala Bergen de Adição ao Instagram. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 38(3), 1-12. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.8132>

Resumen

El presente artículo tuvo como objetivo adaptar, para el contexto brasileño, la Escala Bergen de Adicción a Instagram (EBAI), reuniendo evidencias de validez (factorial, convergente y concurrente) y precisión, además de inspeccionar los parámetros individuales de sus ítems (dificultad y discriminación). Participaron 217 usuarios de esa red social ($M_{edad} = 22.04$; $DP_{edad} = 6.63$; 73.7% mujeres). Los resultados apuntaron para la unidimensionalidad de la medida, que tuvo sus ítems con discriminación alta y muy alta, de fácil y moderado endoso y que cubrió amplio rango del rasgo latente. Adicionalmente, el vicio en Instagram se asoció positivamente a malestar psicológico (e.g., depresión, estrés y ansiedad), además del puntaje total de la EBAI haber predicho el uso de esa red social (e.g., tiempo gastado y frecuencia de publicaciones). En general, los resultados demostraron que la EBAI es una medida corta y eficiente para la cuantificación del vicio en Instagram, que permite conocer los antecedentes y consecuencias del uso problemático de esa red social.

Palabras clave: vicio; Instagram; medida; validez; salud mental.

Abstract

The present paper aimed to adapt to the Brazilian context the Bergen Instagram Addiction Scale (BIAS), gathering evidence of its validity —factorial, convergent, and concurrent— and reliability, and to verify the parameters of the individual items —difficult and discrimination—. Participants were 217 Instagram users ($M_{age} = 22.04$; $SD_{age} = 6.63$; 73.7% women). The results indicated the unidimensionality of the measure, such that the items presented high and very high discrimination, demanding low or moderate level of the latent trait to be endorsed and covered a wide range of theta. Furthermore, Instagram addiction was positively related to psychological distress (e.g., depression, stress, and anxiety). Additionally, the total score of BIAS predicted the use of this social media platform (e.g., time spent on Instagram and the frequency of posts). In general, the results demonstrated that BIAS is a short and efficient measure to

operationalize Instagram addiction, enabling studies that aim to explore its antecedents and consequences. *Keywords:* Addiction; Instagram; measure; validity; mental health.

Cinquenta e sete por cento das pessoas ao redor do mundo possuem acesso à internet, passando em média 6h42min do dia conectados, das quais 2h16min são dedicadas às redes sociais (We are Social/Hootsuite, 2019). Dados do We are Social/Hootsuite apontam, ainda, que 45% da população mundial usa ativamente redes sociais, sendo que o Instagram apresentou o maior crescimento entre as principais plataformas, com um aumento de 38 milhões de usuários entre janeiro de 2018 a janeiro de 2019.

O Instagram surgiu em 2010 e rapidamente se popularizou, atualmente conta com quase 900 milhões de usuários. Essa rede social possibilita o compartilhamento de fotos e vídeos, transmissões ao vivo (*lives*), troca instantânea de mensagens, entre outros recursos. No que tange à realidade brasileira, as pessoas costumam gastar 3h34min do seu dia navegando nas redes sociais (We are Social/Hootsuite, 2019), boa parte desse tempo dedicado ao uso do Instagram (1h32min), rede social preferida entre os brasileiros (Cuponation, 2019), sendo que aproximadamente 30% da população do país tem perfil ativo nessa rede social (Statista, 2019).

Portanto, verifica-se que o uso das redes sociais se tornou parte da rotina diária das pessoas no Brasil e no mundo, aproximando-as, facilitando a comunicação e obtenção de informações. Não obstante, o uso intenso de redes sociais pode ter efeitos adversos para a saúde mental (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Concernente ao uso do Instagram, foco do presente artigo, as evidências empíricas indicam que o tempo gasto nessa rede social está relacionado com depressão (Mackson, Brochu, & Schneider, 2019), ortorexia nervosa (Turner & Lefevre, 2017), ansiedade e preocupação com a

aparência física (Sherlock & Wagstaff, 2018). Sherlock e Wagstaff apontam, ainda, que a exposição demasiada a imagens idealizadas no Instagram leva a um decréscimo na autoavaliação da atratividade, reduzindo os níveis de saúde mental. Outras evidências indicam que a exposição a contas de pessoas atraentes (Casale, Gemelli, Calosi, Giangrasso & Fioravanti, 2019) e observar comentários positivos sobre a aparência de outras pessoas no Instagram (Tiggemann & Barbato, 2018) pode aumentar a insatisfação corporal. Consequentemente, quanto mais intenso o uso, provavelmente, maior será a frequência que o usuário poderá se deparar com tais postagens, impactando negativamente a saúde mental (Yurdagül, Kircaburun, Emirtekin, Wang & Griffiths, 2019).

Além de ampliar a exposição a uma série de conteúdos que refletem a “vida perfeita” (e.g., corpos esculturais, viagens inesquecíveis), quanto mais tempo se passa no Instagram, maior será o engajamento e atividade nessa rede social. O número de postagens de fotos, *stories* e *lives* tenderá a ser maior, tornando o usuário propenso a sofrer com os efeitos decorrentes das curtidas, visualizações e comentários (*feedback* positivo). De fato, a partir da teoria sociométrica, pesquisadores têm verificado que receber curtidas e comentários em fotos pode ter efeito direto na autoestima dos usuários (Burrow & Rainone, 2017; Zell & Moeller, 2018) e a busca por aumento ou reafirmação da autoestima pode intensificar o uso e refletir na baixa saúde mental.

A partir do brevemente exposto, é latente a necessidade de incentivar um uso responsável das redes sociais. Por exemplo, recomenda-se um tempo médio diário de 30 minutos em tais plataformas, algo que pode resultar em melhora significativa no bem-estar (Hunt, Marx, Lipson, & Young, 2018). Contudo, o brasileiro passa seis vezes mais tempo do que o recomendado —vice-líder no *ranking* dos países que mais passam tempo nas redes sociais— (We are Social/Hootsuite, 2019), além de o Brasil ser o segundo país

no mundo com o maior número de contas ativas no Instagram (Stastica, 2019). Tal popularidade e uso excessivo dos brasileiros contrasta com a escassa evidência empírica sobre os impactos que o uso intenso pode ter.

Cabe ressaltar que as pessoas podem fazer uso problemático da internet e se viciam em atividades específicas on-line (Fernandes, Maia & Pontes, 2019). As redes sociais são um dos principais fatores para o uso excessivo da Internet (Griffiths & Szabo, 2014) com potencial para eliciar tendências compulsivas entre alguns usuários (Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016). Nessa direção, o presente estudo busca aportar com a literatura adaptando medida que quantifique o vício no Instagram. Para tanto, partiu-se da Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) (Andreassen, Torsheim, Brunborg & Pallesen, 2012). Essa medida cobre seis aspectos centrais que caracterizam o vício (Griffiths, 2005): saliência (o uso domina o pensamento e o comportamento), modificação do humor (o uso modifica/melhora o humor), tolerância (uso é cada vez maior para ter os efeitos prévios), afastamento (sentimentos desagradáveis ao não usar), conflito (o uso causa conflito em relações interpessoais e em outras atividades) e recaída (voltar a usar após abstinência). No processo de construção da escala, Andreassen et al. (2012) elaboraram 3 itens para cobrir cada um dos seis elementos da adição, resultando em um conjunto inicial de dezoito itens. Em seguida, para cada elemento central da adição os autores selecionaram um item (o que obteve maior correlação item-total), originando uma versão de seis itens que apresentou indicadores que dão suporte para o modelo unidimensional (e.g., CFI = 0,99; RMSEA = 0,05). Ademais, tal medida apresentou coeficiente alfa adequado ($\alpha = 0,83$) e estabilidade temporal para o intervalo de três semanas de $r = 0,82$ ($p < 0,001$)

Essa medida tem apresentado repercussão na literatura internacional. Por exemplo, ela já conta com 971 citações (verificado no dia 23 de março de

2020), tendo sido adaptada para diferentes países. Pontes, Andreassen e Griffiths (2016) verificaram que a BFAS se mostrou adequada para o contexto português, tendo indicadores de ajuste que asseguram a adequação do modelo unifatorial (e.g., CFI = 0,99; TLI = 0,98; RMSEA = 0,03), além da medida ter apresentado excelente consistência interna ($\alpha = 0,83$). Em outro estudo, Turley, Lewis, Musharraf, Malik e Breslin (2019) reuniram evidências de validade da BFAS para o Paquistão, tendo verificado adequação do modelo unifatorial (e.g., CFI = 0,99; TLI = 0,98; RMSEA = 0,04), com evidências mais fortes de validade de construto em comparação a outras escalas (Facebook Intensity Scale e Addictive Tendencies Scale). 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).

Nesta direção, por ser teoricamente fundamentada, por cobrir os aspectos centrais do vício e por ter propriedades psicométricas consistentes, esta medida tem sido adaptada para a avaliação da adição global a redes sociais (Andreassen et al., 2016). Somado a isso, a BFAS é uma medida curta (apenas seis itens) e de fácil administração, sendo útil para o rastreamento da adição às redes sociais. Percebe-se que estes pontos favoráveis tornam a medida uma alternativa interessante para a quantificação do vício no Instagram, suprimindo a atual falta de medidas para a adequada mensuração do uso intenso dessa rede social no Brasil. Portanto, o presente estudo buscará adaptar para o contexto brasileiro a BFAS, renomeando-a para Escala Bergen de Adição ao Instagram (EBAI). Especificamente, reuniremos evidências acerca de sua validade de construto, concorrente e convergente, além de checarmos sua consistência interna e os parâmetros individuais de seus itens por meio da Teoria de Resposta ao Item. A seguir o estudo empírico será apresentado objetivando atender os objetivos previamente elencados.

Método

Participantes

Participaram 217 usuários com perfil ativo no Instagram. Esses tinham idades variando entre 18 e 67 anos ($M = 22,04$; $DP = 6,63$). A maioria se autodeclarou do gênero feminino (73,7%), solteira (85,7%), de classe social média (44,2%) e ensino superior incompleto (52,5%).

Instrumentos

Escala Bergen de Adição ao Instagram: Essa escala é baseada na Bergen Facebook Addiction Scale (Andreassen et al., 2012), sendo composta por seis itens que são respondidos em escala *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?). Destaca-se que os itens foram traduzidos do inglês para o português utilizando o método de tradução retradução. No caso, dois psicólogos com proficiência em língua inglesa traduziram os itens do inglês para o português, sendo tais versões sintetizadas, gerando uma única versão que foi retraduzida para o inglês por um terceiro psicólogo. Um quarto profissional verificou a versão original e a retraduzida, observando equivalência entre ambas. Em seguida, a versão experimental da medida foi aplicada a uma amostra de conveniência formada por 10 universitários usuários do Instagram, buscando a identificação de eventuais dificuldades de entendimento dos itens e escala de resposta. Deste procedimento não se demandou qualquer alteração dos itens e escala de resposta.

Depression Anxiety and Stress Scale-12 (DASS-12) (Monteiro & Gouveia, 2019). Essa é uma versão de 12 itens da DASS-21 (Lovibond & Lovibond, 1995) para avaliar sintomas de mal-estar psicológico. Os participantes devem indicar em que medida eles

concordam com cada item em uma escala tipo *Likert* de quatro pontos (0 – Não se aplicou nada a mim; 1 – Aplicou-se a mim algumas vezes; 2 – Aplicou-se a mim de muitas vezes; 3 – Aplicou-se a mim a maior parte das vezes). A escala possui três fatores, com quatro itens cada, a exemplo de “Senti tremores (por ex., nas mãos)” (Ansiedade; $\alpha = 0,80$), “Senti que estava utilizando muita energia nervosa” (Estresse; $\alpha = 0,89$) e “Senti que não tinha nada a esperar do futuro” (Depressão; $\alpha = 0,88$). Na presente amostra, a DASS-12 apresentou indicadores que atestam o ajuste do seu modelo trifatorial aos dados (CFI = 0,95; TLI = 0,94; RMSEA = 0,07).

Por fim, os participantes responderam um conjunto de perguntas com o objetivo de caracterização da amostra (e.g., sexo, idade, escolaridade). Ademais, nessa parte do questionário, incluímos cinco perguntas sobre o uso do Instagram, quatro delas respondidas em escala de 10 pontos avaliando a frequência (1 – Nunca; 10 – Sempre) com que os participantes postam fotos, *selfies*, *stories* e TBT (*throw back thursday*) e na última pergunta solicitamos que o participante entrasse em sua conta do Instagram e informasse o tempo médio que passou nessa plataforma durante a última semana (no questionário informamos o passo-a-passo para se chegar a tal informação).

Procedimento

O questionário foi construído na plataforma Google Formulários e divulgado nas redes sociais (e.g., Facebook, Instagram, WhatsApp). Antes de preencher os questionários, os participantes foram informados sobre a natureza e os objetivos do estudo, sendo assegurado o caráter anônimo e confidencial da participação. Os partícipes foram informados que poderiam declinar de sua participação a qualquer momento, sem que isso acarretasse qualquer tipo de ônus. Portanto, foram respeitados os procedimentos éticos que orientam as pesquisas na área das ciências humanas e sociais, de acordo com o disposto na Resolução 510/16 do Conselho Nacional de Saúde.

Análise de dados

Os dados foram analisados por meio dos *softwares* Factor (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2013), R (R Development Core Team, 2015) e SPSS. O primeiro foi utilizado para verificar a estrutura fatorial da EBAl, sendo realizada análise fatorial exploratória com o método de estimação Robust Unweighted Least Squares (RULS), empregando-se o método Hull para a extração dos fatores, um dos mais precisos em estudos de simulação (Lorenzo-Seva, Timmerman & Kiers, 2011). Ademais, tendo em vista a natureza ordinal da escala de resposta, optou-se por utilizar a matriz de correlações policóricas. O *software* R, por sua vez, foi empregado para calcular os parâmetros individuais dos itens, especificamente a dificuldade e a discriminação. Em razão da natureza politômica da escala de resposta, recorreu-se ao Modelo de Resposta Graduada (Samejima, 1969), sendo as análises implementadas por meio do pacote MIRT (Chalmers, 2012). Ademais, utilizou-se o pacote Lavaan (Rosseel, 2012) para realizar Modelagem por Equações Estruturais (estimador WLSMV - Mean and Variance Adjusted Wighted Least Squares), buscando conhecer a validade convergente e concorrente da EBAl. Recorremos a tal análise por possibilitar trabalhar com as variáveis latentes, em lugar das médias das escalas, fornecendo estimativas mais precisas das associações entre os construtos e controlando o erro de medição (Sibley, Harding, Perry, Asbrock & Duckitt, 2010). Por fim, o SPSS foi utilizado para tabulação e cálculo de estatísticas descritivas (e.g., média, desvio padrão).

Resultados

Análise fatorial exploratória e consistência interna

Inicialmente, verificou-se que a matriz de correlações policóricas era passível de fatoraçoão, uma vez que os valores do Kaiser-Meyer-Olkin

(KMO) = 0,84 (IC 95 % = 0,81 – 0,88) e do teste de esfericidade de Bartlett = 504,23 (15); $p < 0,001$ indicaram a possibilidade de se realizar uma análise fatorial. Essa análise apontou uma solução unifatorial com autovalor de 3.42 explicando 62% da variância total. As cargas fatoriais observadas variaram de 0,62 (Item 1) a 0,83 (Item 5), sendo que os coeficientes de consistência interna (alfa de Cronbach e ômega de McDonald) foram adequados ($\alpha = 0,88$; $\omega = 0,88$). Informações mais detalhadas são apresentadas na Tabela 1.

Parâmetros individuais dos itens

Assegurada a unidimensionalidade da EBAI, o passo seguinte foi conhecer os parâmetros individuais dos seus itens. Especificamente, observa-se que os itens tiveram discriminação média de 2.11 (DP = 0,48), variando entre 1,47 (Item 1) a 2,70 (Item 5). No que tange à dificuldade, para os limiares b_1 , b_2 e b_3 o Item 3 exigiu o menor nível de traço latente, ao passo que o Item 2 exigiu menor nível de traço latente para ser completamente endossado (limiar b_4). Por outro lado, para os limiares b_1 e b_2 , o Item 5 demandou do participante maior magnitude de traço latente, e para os limiares b_3 e b_4

o Item 1 exigiu maior quantidade de traço latente para ser endossado (Tabela 1). No conjunto, os itens se mostraram informativos (Item 5 mais informativo e Item 1 menos informativo), cobrindo uma ampla porção do traço latente (aproximadamente entre -2,0 e 3,5), tendo pico de informação, e sendo mais preciso na avaliação de pessoas com nível de traço latente por volta de 0,5 (Figura 1).

Validade convergente e concorrente

Para calcular a validade convergente e concorrente recorremos à Modelagem por Equações Estruturais (método de estimação WLSMV). Especificamente para o primeiro caso, criamos quatro variáveis latentes: uma representando o vício no Instagram (formada pelos seis itens da EBAI) e três representando os fatores depressão, estresse e ansiedade (cada um com quatro indicadores manifestos). Verificou-se que a variável latente vício no Instagram obteve peso de regressão na direção esperada com depressão ($\lambda = 0,36$; $p < 0,001$), estresse ($\lambda = 0,37$; $p < 0,001$) e ansiedade ($\lambda = 0,37$; $p < 0,001$), sendo que o modelo apresentou ajuste adequado (CFI = 0,96; TLI = 0,95; RMSEA = 0,048). Para a validade de critério, especificamente a concorrente,

Tabela 1. Cargas fatoriais, precisão e parâmetros individuais dos itens

Itens	Saturação	h^2	a	b_1	b_2	b_3	b_4
Item 1	0,63	0,40	1,47	-0,42	0,24	1,13	2,26
Item 2	0,82	0,67	2,43	-0,96	-0,29	0,53	1,27
Item 3	0,64	0,41	1,59	-1,01	-0,38	0,56	1,39
Item 4	0,75	0,57	2,22	-0,68	0,08	0,75	1,55
Item 5	0,83	0,68	2,70	0,04	0,58	1,09	1,84
Item 6	0,77	0,60	2,25	-0,45	0,02	0,62	1,32
Autovalor	3,42						
Variância Explicada	62%						
Coefficiente alfa	0,88						
Omega de McDonald	0,88						

além da variável latente vício no Instagram, criamos uma segunda variável latente, nomeando-a como padrão de uso do Instagram, formada por cinco indicadores manifestos (frequência de postagem de fotos, *selfies*, *stories*, TBT_s e o tempo dispendido nessa rede social). Verificamos que a variável latente do vício predisse a variável latente do uso ($\lambda = 0,56$; $p < 0,001$; CFI = 0,96; TLI = 0,95; RMSEA = 0,053), indicando evidências de validade concorrente, uma vez que o vício conseguiu prever o critério externo (padrão de uso da rede social). Ressalta-se que todas as saturações (*lambdas*) foram estatisticamente significativas e diferentes de zero ($\lambda \neq 0$; $z > 1,96$, $p < 0,05$), sendo detalhadas na Figura 2.

Hootsuite, 2019), sendo o Instagram a plataforma preferida (Cuponation, 2019) e usada por cerca de 30% da população (Statista, 2019). Acessar o Instagram é parte da rotina diária de milhões de brasileiros e mesmo com extensiva literatura internacional sobre os efeitos adversos das redes sociais (Yoon et al., 2019) são reduzidos os estudos brasileiros que analisam as consequências adversas do uso de tais plataformas, em específico do Instagram. Nesta direção, o presente estudo aporta ao fornecer uma medida curta e eficaz que quantifica o vício no Instagram.

Em relação à estrutura fatorial, considerando evidências a partir de um dos métodos mais precisos para a extração de fatores (método de Hull; Lorenzo-Seva, Timmerman & Kiers, 2011), chegou-se a uma estrutura unidimensional. Tais resultados são congruentes com estudos prévios que reportaram estrutura unifatorial da versão original da escala, desenhada para medir o vício

Discussão

O Brasil é um dos países com maior tempo médio de acesso às redes sociais (We are Social/

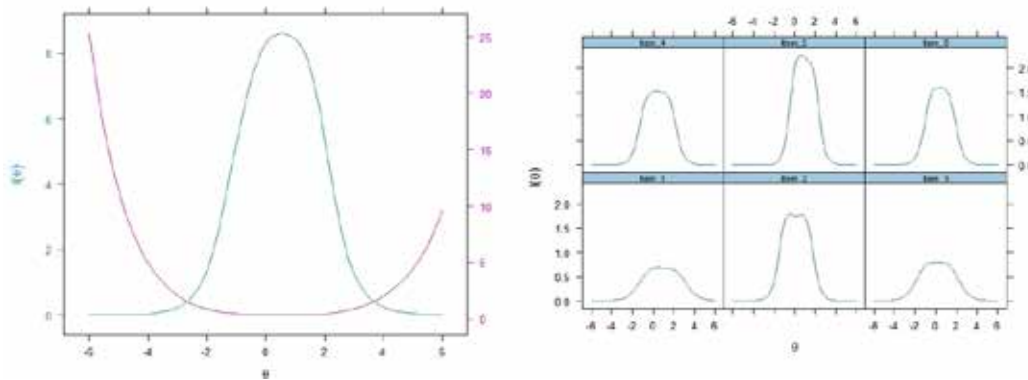


Figura 1. Curvas de Informação do Teste (esquerda) e dos Itens (direita)

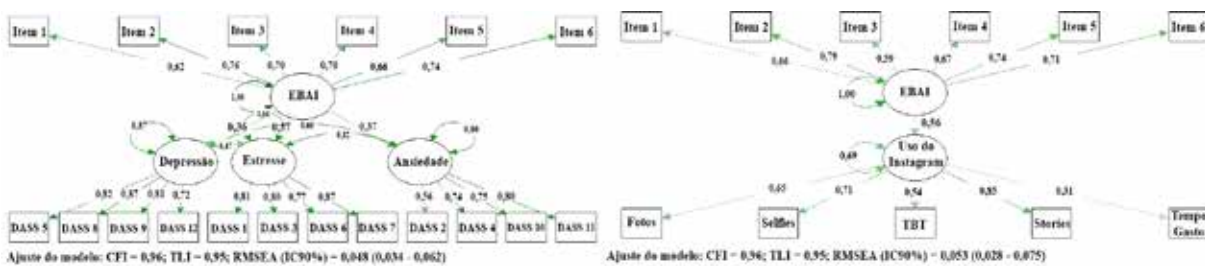


Figura 2. Validade convergente (esquerda) e concorrente (direita) da EBAI

no Facebook (Andreassen et al., 2012) e de sua versão ampliada para a análise do vício global em redes sociais (Andreassen et al., 2016). Portanto, os seis aspectos centrais da adição (Griffiths, 2005) são adequadamente cobertos na EBAI que, adicionalmente, apresentou coeficientes de consistência interna que atestam a sua precisão (George & Mallery, 2002).

No que tange às análises conduzidas a partir da Teoria de Resposta ao Item verificou-se que a discriminação dos seis itens variou entre alta e muito alta (Baker, 2001), indicando que a EBAI diferencia adequadamente os indivíduos com magnitudes próximas no traço latente em questão (Pasquali, 2007). No geral, os itens não demandaram um nível muito alto do traço latente para serem endossados, o que pode ser preocupante, apontando que os participantes do estudo possuem risco para o vício no Instagram. Apesar de não haver um sistema formal de normatização, contando com amostras de cerca de 6 mil adolescentes, pesquisadores apontam que um escore bruto de 19 (em uma escala de 1 a 5) pode separar os grupos de alto e baixo risco para a adição (Bányai et al., 2017). Considerando a presente amostra, formada por 90% de jovens entre 18 a 29 anos, verificou-se que 32,25% dos participantes tiveram escores iguais ou acima de 19, auxiliando no entendimento do fácil endosso aos itens em razão de serem um grupo de risco para o uso abusivo.

Os dados são preocupantes sobretudo se analisarmos as evidências de validade convergente, com o escore total da EBAI relacionando-se positivamente com estresse, depressão e ansiedade. Esses resultados vão na mesma direção daqueles previamente reportados na literatura, sugerindo que o uso problemático do Instagram pode representar uma ameaça para a saúde mental dos usuários (Mackson et al., 2019; Sherlock & Wagstaff, 2018; Turner & Lefevre, 2017). Mesmo que a ocultação das curtidas represente um passo importante para melhorar a saúde mental do usuário, o constante uso do Instagram e a exposição à imagens idealizadas

pode aumentar a insatisfação corporal, impactando negativamente a saúde mental (Casale et al., 2019; Tiggemann & Barbato, 2018; Yurdagül et al., 2019).

Cabe ressaltar que apesar de ser um problema com graves consequências, há pouca evidência empírica sobre programas de prevenção e intervenção para tratar o vício às redes sociais (Andreassen, 2015). Nesse contexto, a EBAI pode ser uma medida com aplicação prática auxiliando no rastreamento do vício ao Instagram, no planejamento de um uso programado ou mesmo na checagem da eficácia de intervenções que buscam reduzir o uso excessivo dessa rede social. Se utilizada em formato de entrevista semiestruturada, pode dar importantes *insights* para o psicólogo. Por exemplo, caso o cliente responda que tentou reduzir o uso sem sucesso, é possível fazer perguntas adicionais e investigar quais estratégias já foram tentadas para reduzir o uso e o motivo para o insucesso. Ademais, se o cliente também indica que o uso tem impacto negativo no trabalho/estudo, pode-se estabelecer um plano de ação, especificando horários e condições para o uso, objetivando reduzi-lo gradativamente, o que pode representar um aumento no bem-estar (Hunt et al., 2018). A propósito do anteriormente comentado, verificamos que o tempo médio gasto no Instagram, assim como a frequência de postagens (e.g., fotos, *stories*, TBT), foram preditos pela EBAI. Tais relações atestam a validade de critério da medida em questão, especificamente concorrente (Pasquali, 2009), indicando que quanto maior a adição a essa rede social, maior será o uso dela.

Apesar dos resultados consistentes, é necessário analisá-los com cautela. O estudo contou com amostra não probabilística, além de usar medida de autorrelato. No caso, mesmo mostrando um passo-a-passo completo para se chegar ao valor exato do tempo gasto no Instagram, as outras variáveis sobre o uso foram medidas em escala do tipo Likert, o que pode ter gerado valores que não refletem exatamente o padrão de uso. Em possibilidades futuras, seria interessante aplicar a EBAI e, posteriormente, observar durante um

mês a atividade das pessoas na rede social, possibilitando uma avaliação mais acurada do uso e da validade de critério da medida. Recomenda-se, ainda, considerar amostras maiores e mais heterogêneas (e.g., diferentes níveis de escolaridade, distribuídos equitativamente em relação ao sexo e estado civil), buscando normatizar tal medida em contexto brasileiro. Também sugere-se considerar escalas sobre o vício a outras redes sociais, estimando qual delas pode ser mais prejudicial para o indivíduo e os seus potenciais efeitos combinados para a saúde mental.

Observam-se diversas possibilidades de pesquisa e a EBAI poderá auxiliar em tais investigações. Por ser uma medida curta e psicometricamente adequada, ela poderá ser empregada em estudos com múltiplos construtos, o que possibilitará a checagem dos efeitos do vício em variados desfechos (e.g., desempenho acadêmico, satisfação com a vida e autoimagem corporal), além de facilitar os estudos que buscarão prever o uso disfuncional. Ademais, tal instrumento pode ser útil no rastreamento de indivíduos com risco de uso problemático, favorecendo o estabelecimento de programas de intervenção para promover um uso controlado e saudável de tais plataformas, o que resultaria em aumento do bem-estar.

Referências

- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175-184. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30, 252-262. Doi: <http://dx.doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110, 501-517. Doi: <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Baker, F.B. (2001). *The basics of item response theory*. Washington, DC: ERIC Clearinghouse on Assessment and Evaluation.
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., ... & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS One*, 12, e0169839. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Burrow, A. L., & Rainone, N. (2017). How many likes did I get? Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>
- Casale, S., Gemelli, G., Calosi, C., Giangrasso, B., & Fioravanti, G. (2019). Multiple exposure to appearance-focused real accounts on Instagram: Effects on body image among both genders. *Current Psychology*, 1-10. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00229-6>
- Chalmers, R. P. (2012). Mirt: A multidimensional item response theory package for the R environment. *Journal of Statistical Software*, 48, 1-29. Recuperado de <https://www.jstatsoft.org/index.php/jss/article/view/v048i06/v48i06.pdf>
- Cuponation (2019). *Cuponation Brasil*. Recuperado de <https://www.cuponation.com.br/insights/instagram-2019>
- Fernandes, B., Maia, B. R., & Pontes, H. M. (2019). Internet addiction or problematic internet use? Which term should be used? *Psicologia USP*, 30, e190020-e190020. Doi: <https://doi.org/10.1590/0103-6564e190020>
- George, D., & Mallery, P. (2002). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update*. Boston: Allyn & Bacon.

- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use, 10*, 191-197. Doi: <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. D., & Szabo, A. (2014). Is excessive on-line usage a function of medium or activity? An empirical pilot study. *Journal of Behavioral Addictions, 3*, 74-77. Doi: <https://doi.org/10.1556/JBA.2.2013.016>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology, 37*, 751-768. Doi: <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2013). FACTOR 9.2 a comprehensive program for fitting exploratory and semiconfirmatory factor analysis and IRT models. *Applied Psychological Measurement, 37*, 497-498. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0146621613487794>
- Lorenzo-Seva, U., Timmerman, M. E., & Kiers, H. A. (2011). The Hull method for selecting the number of common factors. *Multivariate Behavioral Research, 46*, 340-364. Doi: <https://doi.org/10.1080/00273171.2011.564527>
- Lovibond, P. F., & Lovibond, S. H. (1995). The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour Research and Therapy, 33*, 335-343. Doi: [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)00075-U](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)00075-U)
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society, 21*, 2160-2182. Doi: <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Monteiro, R. P., & Gouveia, V. V. (2019). *Versão de 12 itens da Depression Stress and Anxiety Scale (DASS-12)*. Manuscrito em preparação.
- Pasquali, L. (2007). *Teoria de Resposta ao Item: Teoria, procedimentos e aplicações*. Brasília: LabPAM.
- Pasquali, L. (2009). Psychometrics. *Revista da Escola de Enfermagem da USP, 43*, 992-999. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0080-62342009000500002>
- Pontes, H. M., Andreassen, C. S., & Griffiths, M. D. (2016). Portuguese validation of the Bergen Facebook Addiction Scale: An empirical study. *International Journal of Mental Health and Addiction, 14*, 1062-1073. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11469-016-9694-y>
- R Development Core Team. (2015). *R: A language and environment for statistical computing*. Recuperado de <https://cran.rproject.org/doc/manuals/fullrefman.pdf>
- Rosseel, Y. (2012). Lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling. *Journal of Statistical Software, 48*, 1-36. Recuperado de <https://www.jstatsoft.org/index.php/jss/article/view/v048i02/v48i02.pdf>
- Samejima, F. (1969). *Estimation of latent ability using a response pattern of graded scores*. *Psychometrika Monograph Supplement No. 17*. Richmond, VA: Psychometric Society.
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture, 8*, 482-490. Doi: <https://dx.doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Sibley, C. G., Harding, J. F., Perry, R., Asbrock, F., & Duckitt, J. (2010). Personality and prejudice: Extension to the HEXACO personality model. *European Journal of Personality, 24*, 515-534. Doi: <https://doi.org/10.1002/per.750>
- Silva, H. R. D. S., Areco, K. C. N., Bandiera-Paiva, P., Galvão, P. V. M., Garcia, A. N. D. M., & Silveira, D. X. D. (2018). Factorial and construct validity of Portuguese version (Brazil) Bergen Facebook Addiction Scale. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 67*, 110-117. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000193>
- Statista. (2019). *The statistics portal*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body Image, 27*, 61-66. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009>
- Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity, 22*, 277-284. Doi: <https://doi.org/10.1007/s405>
- Turley, J., Lewis, C. A., Musharraf, S., Malik, J. A., & Breslin, M. J. (2019). Psychometric properties of three measures of “Facebook engagement and/or addiction” among a sample of English-speaking Pakistani university students. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*, 995-1007. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9963-z>
- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior, 61*, 478-487. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- We are Social/Hootsuite. (2019). *Digital in 2019: Global Digital Yearbook*. Disponível em <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Yoon, S., Kleinman, M., Mertz, J., & Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook-depression relations. *Journal of Affective Disorders, 248*, 65-72. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.01.026>
- Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., & Griffiths, M. D. (2019). Psychopathological consequences related to problematic Instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction, 1-13*. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00071-8>
- Zell, A. L., & Moeller, L. (2018). Are you happy for me... on Facebook? The potential importance of “likes” and comments. *Computers in Human Behavior, 78*, 26-33. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.050>

Apêndice. Escala Bergen de Adição ao Instagram (EBAI)

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

Recebido: julho 27, 2019

Aprovado: abril 3, 2020