

ESCALA DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO INDIVIDUAL E SOCIAL DO USO DE REDES SOCIAIS: PARÂMETROS PSICOMÉTRICOS

Izabeli Cristine Rodrigues^{1*}, Nataly da Cruz Serejo Barbosa¹, Eduardo França do Nascimento¹, Stefany Harumi Nakasato Torales¹, Ana Kariny Campeiro Silva¹, Ana Karla Silva Soares²

1. Estudante da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

2. Professora da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

Resumo

O presente estudo tem por objetivo analisar evidências preliminares de validade fatorial e consistência interna da Escala de Avaliação do Impacto Individual e Social do Uso de Redes Sociais (EAIRS). Participaram 384 universitários, a maioria do sexo feminino (74%) com idade variando de 18 a 56 anos ($M = 24,71$; $DP = 6,48$). Estes responderam a EAIRS e questões demográficas. O resultado da análise fatorial exploratória (Factor 10.5.03; Minimum Factor Analysis; método Hull de retenção; sem fixar rotação ou número de fatores) identificou uma estrutura unifatorial ($CFI = 0,93$, $df = 78$) de 13 itens, que explicou 35% da variância total, com cargas fatoriais que variam entre 0,36 e 0,81 e índice de fidedignidade de 0,79. Os resultados obtidos demonstram indícios preliminares de validade fatorial e precisão da escala. Estudos futuros, destacam a necessidade de ampliação da amostra, análises de natureza confirmatória e emprego de outros tipos de validade (e.g., convergente e discriminante).

Autorização legal: Comitê de Ética CEP/UFMS – CAAE: 89554118.5.0000.0021.

Palavras-chave: rede sociais; psicometria; análise fatorial.

Apoio financeiro: CNPq/Bolsista de Iniciação Científica.

Introdução

O avanço das tecnologias, principalmente da internet, serviu para o desenvolvimento das mídias sociais, que tem facilitado não só a comunicação entre as pessoas, mas também criado uma forma de interação entre elas (Utz & Breuer, 2017). Estes avanços impulsionaram o uso de sites de redes sociais que se tornaram parte importante do cotidiano de diversos indivíduos, com pesquisas indicando que existem diferenças individuais importantes na maneira como são utilizadas (Lai & Yang, 2014) com seu uso sendo associado a vivências tanto na vida pessoal, onde podem compartilhar opiniões, vídeos e imagens, quanto na vida profissional, a exemplo do seu emprego na formação de novos clientes e venda de produtos (Gee, Jones, & Burke, 2017).

Nesta direção, para capturar essas diferenças, os pesquisadores empregam diferentes técnicas de medição, uma das quais refere-se à necessidade de avaliar o impacto que as redes sociais em diferentes esferas da vida dos indivíduos, observou-se a necessidade de contar com medidas empíricas que permitam a análise desta dimensão (Sigerson & Cheng, 2018). Buscando preencher esta lacuna, Topaloglu, Caldibi e Oge (2016) desenvolveram a escala Escala de Avaliação do Impacto Individual e Social do Uso de Redes Sociais (EAIRS) com intuito de medir as atitudes dos estudantes de graduação em relação ao uso da rede social. A escala constituída por 13 itens distribuídos em dois fatores, originalmente denominados de “objetivos de uso da rede social” e “uso de rede social e preferências de comunicação”. Os resultados indicaram que a medida apresenta evidências psicométricas de adequação, com indicadores de validade e confiabilidade ajustados.

Em busca realizada em bases de dados (e.g., Scielo, PsycInfo – março, 2019) não foram identificados estudos, além do original, que adaptasse a medida a contexto diferente do que foi desenvolvido. Deste modo, visto que a temática é cada vez mais presente no cotidiano dos estudantes, e principalmente no contexto brasileiro onde o uso de redes sociais cresce entre os mais jovens (Rosado & Tomé, 2015), o presente estudo tem por objetivo geral adaptar a EAIRS para o idioma português, especificamente, são analisadas evidências preliminares de validade fatorial e consistência interna da medida.

Metodologia

Esta pesquisa consiste em um estudo correlacional de cunho exploratório que inclui medidas explícitas.

Participantes

Participaram 384 universitários, sendo a maioria do sexo feminino (74%) com idade variando de 18 a 56 anos ($M = 24,71$; $DP = 6,48$) e estudantes de universidade pública (70,6%), de cursos presenciais (95,6%).

Instrumentos

Os participantes receberão um questionário no formato online contendo os seguintes instrumentos:

Escala de avaliação do impacto individual e social do uso de redes sociais em estudantes (EAIRS). Originalmente elaborada por Topaloglu et al (2016), sendo constituído por 13 itens, respondidos em uma escala de cinco pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Questões demográficas (e.g., idade, sexo, universidade, curso).

Procedimentos

Os questionários foram respondidos de forma individual por meio de um computador, tablete ou celular. Os sujeitos receberam todas as informações e instruções necessárias para a realização do teste. O processo de coleta de dados aconteceu de forma *online*, com divulgação do link da pesquisa em redes sociais (e.g., facebook, instagram, twitter), elaborado na plataforma Google Forms. Foi informado que a pesquisa é destinada exclusivamente a estudantes universitários maiores de 18 anos, os instrumentos são autoaplicáveis, indicando que não há respostas certas ou erradas e enfatizando a necessidade da sinceridade nas respostas, expressando de fato como pensam, sentem e/ou agem em seu dia a dia. Toda pesquisa considerou em sua execução os preceitos éticos e somente participaram aqueles que aceitaram, voluntariamente, mediante Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Análise de dados: Para aferir a dimensionalidade do instrumento foi utilizada a técnica de análise fatorial exploratória Minimum Rank Factor Analysis (Shapiro & ten Berge, 2002) com rotação oblíqua Promin (Lorenzo-Seva, 1999), conduzida por meio do software Factor 10.3 (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2006). Como método de retenção fatorial foi utilizado o Hull-Comparative Fit Index (Lorenzo-Seva, Timmerman & Kiers, 2011), que visa identificar qual estrutura fatorial apresenta melhor ajuste para os dados observados e seus respectivos graus de liberdade.

Resultados e Discussão

O Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0,77) e o Teste de Esfericidade de Bartlett [$\chi^2(78)= 1449,1, p<0,001$] demonstraram a adequação da matriz de correlações policóricas para a realização da análise fatorial exploratória. Considerando o critério Hull-CFI (CFI=0,93, gl=140) identificou-se a presença de um fator, que explicou 35% da variância total.

Tabela 1. *Escala de avaliação do impacto individual e social do uso de redes sociais em estudantes (n=384)*

Item	I
01. Vejo a rede social muitas vezes todos os dias.	0,67
02. Compartilho fotos e vídeos em redes sociais	0,51
03. Existem contas de redes sociais (blogs) que eu sigo constantemente.	0,56
04. Eu tenho mais de uma conta de rede social que uso ativamente	0,53
05. Eu acho que as redes sociais são muito úteis.	0,55
06. Eu gosto de acompanhar as ações dos meus amigos nas redes sociais.	0,81
07. Costumo conferir o que meus amigos fazem nas redes sociais.	0,77
08. Sinto-me mais confortável nas redes sociais do que quando estou em ambientes sociais (com outras pessoas).	0,54
09. Eu prefiro redes sociais em vez de gastar tempo com meu círculo social.	0,45
10. Eu posso me expressar mais claramente usando redes sociais.	0,50
11. Eu prefiro usar redes sociais do que telefonar quando estivo me comunicando com amigos.	0,36
12. Eu uso redes sociais principalmente para amizades e conversas.	0,49
13. Eu frequentemente atualizo meu perfil nas redes sociais.	0,56
Número de itens	13
Variância explicada	35%
Índice de fidedignidade	0,79

Originalmente, Topalpglu e colaboradores (2016) identificaram dois fatores, sendo o Fator 1 (objetivos do uso da rede social) constituído por 7 itens e com consistência interna de 0,87 e o Fator 2 (preferências de comunicação na rede social) sendo constituído por 6 itens com precisão de 0,86 que explicaram conjuntamente 59,57% da variância total da escala. Conforme a Tabela 1, a medida reuniu em estrutura unifatorial 13 itens com cargas fatoriais variando de 0,36 (Item 11. Eu prefiro usar redes sociais do que telefonar quando estivo me comunicando com amigos.) a 0,81 (Item 6. Eu gosto de acompanhar as ações dos meus amigos nas redes sociais) e com índice de fidedignidade de 0,79, resultado que não segue o número de fatores da medida original, mas mantém índices ajustados quanto a análise fatorial e a fidedignidade.

Conclusões

O presente estudo teve por objetivo analisar as evidências preliminares da adequação psicométrica da EAIRS para o contexto brasileiro. Diante dos achados, conclui-se que a medida apresenta evidências de validade e precisão satisfatórias (> 0,70, Fischer, 1992). Entretanto, apesar dos resultados ora apresentados, estas análises têm caráter eminentemente exploratório, sendo necessário proceder avaliações de cunho confirmatório para corroborar a estrutura fatorial identificada neste estudo.

Referências bibliográficas

- Rosado, L. A. S., & Tomé, V. M. N. (2015). As redes sociais na internet e suas apropriações por jovens brasileiros e portugueses em idade escolar. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, 96(242), 11-25.
- Gee, L. K., Jones, J., & Burke, M. (2017). Social Networks and labor markets: How strong ties relate to job finding on Facebook's social network. *Journal of Labor Economics*, 35(2), 485-518.
- Lai, C.Y. & Yang, H.L. (2014). Determinants and consequences of Facebook feature use. *New Media & Society*, 18(7), 1310-1330, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444814555959>.
- Lorenzo-Seva, U. (1999). Promin: A method for oblique factor rotation. *Multivariate Behavioral Research*, 34(3), 347-365. <http://dx.doi.org/10.1207/S15327906MBR3403.3>.
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2006). FACTOR: A computer program to fit the exploratory factor analysis model. *Behavioral Research Methods, Instruments and Computers*, 38(1), 88-91. <http://dx.doi.org/10.3758/BF03192753>.
- Lorenzo-Seva, U., Timmerman, M. E., & Kiers, H. A. L. (2011). The hull method for selecting the number of common factors. *Multivariate Behavioral Research*, 46, 340-364. <http://dx.doi.org/10.1080/00273171.2011.564527>
- Shapiro, A. e Ten Berge, JMF (2002). Inferência estatística da análise fatorial de classificação mínima. *Psychometrika*, 67, 79-94.
- Sigerson, L., & Cheng, C. (2018). Scales for measuring user engagement with social network sites: A systematic review of psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 83, 87-105.
- Topaloglu, M., Caldibi, E., & Oge, G. (2016). The scale for the individual and social impact of students' social network use: The validity and reliability studies. *Computers in Human Behavior*, 61, 350-356.
- Utz, S., & Breuer, J. (2017). The relationship between use of social network sites, online social support, and well-being. *Journal of media psychology*, 29, 115-125. <http://dx.doi.org/10.1027/a000001>