

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE PSICOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

Jorge Alves dos Santos Junior

**ANÁLISE DOS PREDITORES DA INTENÇÃO DE UTILIZAR A REDE SOCIAL  
FACEBOOK: UMA APLICAÇÃO DA TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA**

Maceió  
2018

Jorge Alves dos Santos Junior

**ANÁLISE DOS PREDITORES DA INTENÇÃO DE UTILIZAR A REDE SOCIAL  
FACEBOOK: UMA APLICAÇÃO DA TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA**

Dissertação de Mestrado  
apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação em Psicologia da  
Universidade Federal de Alagoas,  
como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre em  
Psicologia.

Orientador: Prof. Dr.<sup>a</sup> Sheyla  
Christine Santos Fernandes

Maceió  
2018

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**

Bibliotecária Responsável: Janis Christine Angelina Cavalcante

S237a Santos Júnior, Jorge Alves dos.  
A Análise dos preditores da intenção de utilizar a rede social Facebook: uma aplicação da teoria da ação planejada / Jorge Alves dos Santos Júnior. – 2018.  
74 f.: il., grafs., tabs.

Orientadora: Sheyla Christine Santos Fernandes.

Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Alagoas.  
Instituto de Psicologia. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Maceió,  
2018.

Bibliografia: f. 66.

Apêndices: f. 67-74.

1. Teoria da ação planejada. 2. Facebook. 3. Atitude. 4. Intenção I. Título

CDU: 159.9.016



## FOLHA DE APROVAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL  
INSTITUTO DE PSICOLOGIA - IP  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA - PPGP

### TERMO DE APROVAÇÃO

**JORGE ALVES DOS SANTOS JÚNIOR**

Título do Trabalho: **"Análise da intenção de utilizar o FACEBOOK"**.

Dissertação aprovada como requisito para obtenção do grau de Mestre em Psicologia, pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Alagoas, pela seguinte banca examinadora:

Orientadora:

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sheyla Christine Santos Fernandes (PPGP/UFAL)

Examinadores:

Prof. Dr. Leogildo Alves Freires (IP/UFAL)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Alayde Werba Saldanha Pichelli (UFPB)

Maceió-AL, 28 de março de 2018.



Aos meus pais e irmão que sempre me apoiaram e me deram forças para seguir os meus objetivos. A eles dedico este trabalho.

## AGRADECIMENTOS

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sheyla Christine Santos Fernandes, minha orientadora, por acreditar que eu seria capaz alcançar este objetivo, por me incentivar, por contribuir com seus conhecimentos e ensinamentos, por me apresentar uma Psicologia Social até então desconhecida para mim e pela paciência. Deixo meus agradecimentos e respeito.

Aos professores Dr. Leogildo Freires e Dr.<sup>a</sup> Ana Alayde Saldanha pela contribuição e sugestões dadas para enriquecer a minha pesquisa.

Às minhas amigas Shirleide e Mariana que sempre me incentivaram, apoiaram e acreditaram em mim. A quem eu dividi muitas das angústias, desde a seleção até a entrega desta dissertação e também todas as coisas boas que esse mestrado me trouxe.

Aos meus colegas de mestrado Ingrid, Karla e Helen que passamos por todo esse processo juntos. Nas aulas, nas reuniões do grupo de pesquisa, nas nossas idas e vindas pelo Instituto de Psicologia. À minha amiga Jessyca, companheira de graduação e de mestrado, que desde o primeiro período compartilhamos muitos momentos de diversão e aprendizado, mostrou-se um exemplo de estudante e profissional.

Às colegas Jessica Pimentel e Lúcia que me ajudaram a coletar parte dos dados desta pesquisa. Obrigado meninas!

À minha amiga Lucélia com seu companheirismo e solidariedade me acompanhou desde o processo seletivo até a conclusão do curso.

Aos meus pais por me incentivarem, investirem em mim, em minha formação e ao meu irmão por sempre confiarem em mim, me darem forças e todo o apoio que precisei.

À Zélia por todo o seu apoio em cada momento da minha formação, só tenho a agradecer.

A todos os integrantes do Grupo de Pesquisa em Cognição e Comportamento Social da UFAL, por todas as contribuições e momentos de aprendizado e de diversão compartilhados.

Aos meus padrinhos pelo incentivo em por fé em meu trabalho.

A Deus, pois sem ele nada disso seria possível.

*“Ser gentil com todos, gostar de muitos e amar alguns, ser necessário e desejado por aqueles que amamos, certamente é o mais próximo que podemos chegar à felicidade.”*

(Mary Stuart, Rainha da Escócia)

## RESUMO

O Facebook é uma rede social de grande impacto, dentre as redes sociais é a que possui maior número de usuários em uma rede social composta por milhões de pessoas é possível encontrar os mais variados comportamentos. Nesse sentido, a Teoria da Ação Planejada se apresenta como uma teoria que pode auxiliar na compreensão e previsão dos comportamentos. Esta dissertação teve como objetivo analisar os determinantes da intenção em utilizar o *Facebook*, tomando como base a TAP. Esta dissertação é composta por três artigos, um teórico e dois empíricos e cada capítulo é composto por cada um desses artigos. O primeiro artigo teve como objetivo discutir, através de uma revisão teórica, as interfaces entre a Teoria da Ação Planejada e o uso do *Facebook*, bem como a contribuição que a teoria pode dar para a compreensão deste fenômeno. Este artigo concluiu que o que se percebe é ainda um número pequeno de estudos que investigam os fatores relacionados ao uso do Facebook, principalmente no Brasil. A TAP é uma teoria que pode fornecer dados mais completos acerca do uso desta rede social, resultados que podem ser usados para servir de base na elaboração de estratégias que visem modificar comportamentos tanto positivos quanto negativos. O segundo artigo tratou-se de um estudo empírico, responsável pela primeira parte desta pesquisa e teve como objetivo compreender as crenças referentes ao uso do *Facebook* à luz da Teoria da Ação Planejada. Foram realizadas entrevistas com 29 estudantes de instituições de ensino superior pública e privada da cidade de Maceió, com idade entre 19 e 37 anos. Os dados foram transcritos e transformados em um corpus para análise no software IRAMUTEQ. Foram realizadas a Análise Hierárquica Descendente e Análise de Similitude. A partir da Classificação Hierárquica Descendente (CHD), foram analisados 281 segmentos de texto (ST). Foi possível evidenciar, em linhas gerais, que o uso do *Facebook* está atrelado ao objetivo principal de interligar e facilitar a comunicação entre as pessoas e, secundariamente, como fonte de notícias ou busca por vagas de emprego, por exemplo. O software mostrou-se útil e eficaz para análise de conteúdo das entrevistas. O terceiro artigo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam as intenções comportamentais de utilizar o *Facebook* tomando como base os preceitos da Teoria da Ação Planejada. A primeira etapa descrita no segundo artigo serviu de base para o desenvolvimento desta segunda etapa. A amostra foi constituída por 309 sujeitos, sendo 63,1% do sexo feminino (n=195), 36,9% do sexo masculino (n=114). A idade variou entre 18 e 56 anos (M= 28,45; DP=7,515). Esta etapa apresenta evidências de validade do Questionário de Normas e Atitudes frente ao *Facebook* QANUF, um instrumento composto por 2 fatores, o primeiro corresponde às normas subjetivas. Foram evidenciadas correlações positivas entre as atitudes favoráveis ao uso do *Facebook* e a frequência de acesso semanal. As normas subjetivas não apresentaram correlações significativas com a utilização do *Facebook*. De modo geral, concluiu-se que o uso do *Facebook* é influenciado por fatores atitudinais e normativos. Estes achados que podem ser utilizados para ajudar a compreender os fatores envolvidos no uso do *Facebook* e auxiliar a criação de medidas que visem evitar o uso prejudicial. A partir dos dados obtidos por meio do segundo modelo definido, pode-se concluir que os fatores determinantes da intenção de utilizar o *Facebook* são principalmente as normas subjetivas, seguidas pelas atitudes. Desta forma, ao se realizar intervenções educativas com usuários, é importante que as mesmas sejam voltadas para a modificação das variáveis atitude e normas. Espera-se que estes resultados possam auxiliar na criação de medidas que envolvam o uso do *Facebook*.

**Palavras-chave:** Teoria da Ação Planejada, Facebook, atitude, intenção.



## ABSTRACT

Facebook is a social network of great impact, among social networks is the one with the largest number of users in a social network composed of millions of people it is possible to find the most varied behaviors. In this sense, the Theory of Planned Action presents itself as a theory that can aid in the understanding and prediction of behaviors. This dissertation aimed to analyze the determinants of intention to use Facebook, based on TAP. This dissertation is composed of three articles, one theoretical and two empirical, and each chapter is composed of each of these articles. The first article had as objective to discuss, through a theoretical revision, the interfaces between the Theory of Planned Action and the use of Facebook, as well as the contribution that the theory can give to the understanding of this phenomenon. This article concluded that what is perceived is still a small number of studies that investigate the factors related to the use of Facebook, mainly in Brazil. TAP is a theory that can provide more complete data about the use of this social network, results that can be used to serve as a basis in the development of strategies that aim to modify both positive and negative behaviors. The second article was an empirical study, responsible for the first part of this research and aimed to understand the beliefs regarding the use of Facebook in light of the Theory of Planned Action. Interviews were conducted with 29 students from public and private higher education institutions in the city of Maceió, aged between 19 and 37 years. The data were transcribed and transformed into a corpus for analysis in the IRAMUTEQ software. The Descending Hierarchical Analysis and Similitude Analysis were performed. From the descending hierarchical classification (CHD), 281 text segments (ST) were analyzed. It was possible to show, in general terms, that the use of Facebook is linked to the main objective of interconnecting and facilitating communication between people and, secondarily, as news source or search for job openings, for example. The software proved to be useful and effective for content analysis of interviews. The third article aimed to identify the factors that influence the behavioral intentions of using Facebook based on the precepts of the Theory of Planned Action. The first step described in the second article served as the basis for the development of this second stage. The sample consisted of 309 subjects, 63.1% female ( $n = 195$ ), 36.9% male ( $n = 114$ ). Age ranged from 18 to 56 years ( $M = 28.45$ ,  $SD = 7.515$ ). This stage presents evidence of validity of the ANUF Scale, an instrument composed of 2 factors, the first one corresponds to subjective norms. Positive correlations were found between attitudes favorable to using Facebook and the frequency of weekly access. The subjective norms did not present significant correlations with the use of Facebook. Overall, it was concluded that the use of Facebook is influenced by attitudinal and normative factors. These findings can be used to help understand the factors involved in using Facebook and help create measures to avoid harmful use. From the data obtained through the second defined model, it can be concluded that the determinants of the intention to use Facebook are mainly subjective norms, followed by attitudes. Thus, when carrying out educational interventions with users, it is important that they are aimed at modifying attitude and standards variables. It is hoped that these results can help in creating measures that involve the use of Facebook.

**Keywords:** Theory of Planned Action, Facebook, attitude, intention.

## LISTA DE FIGURAS

### CAPÍTULO 1

**Figura 1** - A Teoria do Comportamento Planejado (AJZEN, 2006).....23

### CAPÍTULO 2

**Figura 1** - Dendograma da classificação hierárquica descendente do corpus Crenças acerca do Facebook.....38

**Figura 2** - Análise de similitude das Crenças relacionadas ao uso do Facebook.....42

### CAPÍTULO 3

**Figura 1** - Diagrama de Declividade do QANUF.....55

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1.</b> Estrutura Fatorial do QANUF disposta em 4 fatores.....	55
<b>Tabela 2.</b> Estrutura Fatorial do QANUF em 2 dimensões, médias e desvios-padrão (DP).....	57
<b>Tabela 3.</b> Correlação entre os constructos, a frequência de uso e as variáveis sociodemográficas.....	58

## LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

AFE	Análise Fatorial Exploratória
CHD	Classificação Hierárquica Descendente
CNS	Conselho Nacional de Saúde
DP	Desvio padrão
EAFO	Escala de Atitudes Frente ao Orkut
IRAMUTEQ	Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires
KMO	Kaiser- Meyer-Olkin
TAP	Teoria da Ação Planejada
TAR	Teoria da Ação Racional
TCP	Teoria do Comportamento Planejado
TCLE	Termo de consentimento livre e esclarecido
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
RSO	Redes Sociais Online
SPSSWIN	Statistical Package for Social Sciences for Windows
ST	Segmento de Texto
UFAL	Universidade Federal de Alagoas

## SUMÁRIO

Introdução .....	13
A rede social facebook: uma análise a partir da Teoria Da Ação Planejada. ....	16
Crenças acerca do Facebook: uma análise através da Teoria da Ação Planejada .....	33
Análise dos determinantes da intenção de utilizar o Facebook .....	47
Considerações Finais .....	64
Referências .....	66
Apêndices .....	67
Anexo .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>



## INTRODUÇÃO

As redes sociais *online* (RSO) têm se tornado um dos mais relevantes serviços da *internet*. Parte essencial da vida de muitas pessoas e o uso que fazem das RSO vai para além do uso pessoal, sendo utilizada também nos mais variados contextos, como trabalho ou acadêmico. Essas RSO têm evoluído ao longo do tempo de modo a atender as demandas de seus usuários.

Segundo Vermelho et al. (2014), as novas tecnologias permitiram a criação de meios de comunicação mais interativos, liberando os indivíduos das limitações de espaço e tempo, tornando a comunicação mais flexível. Segundo estes autores apenas um clique pode separar uma pessoa de uma informação específica, e manter contatos com pessoas que moram longe.

Pode-se citar um exemplo recente do poder das RSO. No Brasil, no ano de 2013 as RSO tiveram um papel importante no cenário político. Como afirma Rodrigues (2013), as RSO proporcionaram um espaço para discussão e engajamento das pessoas no ativismo político, mobilizando o engajamento de milhares de pessoas às ruas para se manifestarem contra a política brasileira, solicitando reformas, cobrando mais transparência, educação e segurança, criando um movimento semelhante ao da “Primavera Árabe. De acordo com esta autora, o papel das RSO foi de potencializar e organizar as manifestações, pois a utilização das RSO estimula a participação e a transformação na esfera política, econômica e social e sem elas estes movimentos provavelmente não teriam tomando tamanha proporção.

A partir de então surgiram questionamentos sobre o papel e o poder que as RSO teriam na nossa vida. Como por exemplo, quais seriam as RSO que teriam o poder de potencializar ações e alcançar números inimagináveis de pessoas engajadas em um mesmo assunto? São inúmeras as RSO disponíveis atualmente, dentre as principais podemos citar o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Flickr*, *Linkedin*, *Snapchat* (PHUA, JIN e KIM, 2017).

O crescente número de usuários destas redes chama a atenção, em especial no *Facebook*. Segundo Theis (2013), das pessoas que acessam alguma rede, 71,1% utilizam o *Facebook*. A razão do *Facebook* ser o site de redes sociais mais popular é o alcance das possibilidades oferecidas aos usuários. Através das funções de publicação e compartilhamento, a informação é facilmente distribuída e armazenada entre os membros. Os usuários também podem fornecer *feedback* sob a forma de comentários e "curtidas". O *Facebook* também oferece a conveniência de canais de comunicação em toda a rede, possibilitando a criação de grupos públicos e privados. Além disso, o *Facebook* possui um aplicativo móvel, garantindo que os usuários possam acessar o site facilmente a partir de

seus *smartphones*. Fox e Moreland (2015) explicam que conjuntamente, esses recursos explicam por quê o *Facebook* cresceu e manteve uma base de usuários expressiva globalmente.

Um número considerável de pesquisas tem se concentrado em estudar os reflexos do *Facebook* na vida dos sujeitos. E o que motivou a realização desta pesquisa foi justamente a observação diária do impacto desta RSO no dia-a-dia. Nem sempre paramos para pensar no que está por trás do uso de RSO como *Facebook*. E o que vem sendo discutido, é que o uso destas RSO pode trazer de fato uma série de benefícios, como aumento do capital social, suporte social e manutenção de relacionamentos (Nabi, Prestin e So, 2013), menos estudos examinaram a natureza dos resultados negativos para usuários adultos, como por exemplo a utilização do *Facebook* no ambiente de trabalho, este comportamento tem gerado preocupação por parte dos que gerenciam essas pessoas, pois há um efeito direto na produtividade, devido principalmente à perda de tempo e comprometimento da segurança da rede corporativa.

Fox e Moreland (2015) afirmam que os usuários esperam resultados positivos e frequentemente visitam RSO para relaxamento, entretenimento ou conexão social, desta forma, os usuários podem não antecipar experiências ou interações negativas, tornando-as mais potentes ou prejudiciais.

Desta forma, como aporte teórico para esta pesquisa é utilizada a Teoria da Ação Planejada (TAP) (Ajzen, 1991), uma vez que ela permite a identificação das crenças que influenciam na intenção de utilizar RSO, e também pela evidência empírica considerável que esta representa na explicação e predição dos mais vários tipos de comportamentos.

Para tanto alguns questionamentos nortearam este estudo:

1. Quais os fatores determinantes do comportamento de utilizar o *Facebook*?
2. Quais as crenças dos usuários do *Facebook* acerca do seu uso?
3. Como os usuários avaliam o uso do *Facebook*?
4. Como os usuários percebem a influência de pessoas cuja opinião lhe são importantes referentes ao uso do *Facebook*?
5. Qual a intenção em utilizar o *Facebook*?

Assim sendo, foram traçados os seguintes objetivos: Analisar os determinantes da intenção em utilizar o *Facebook*, tomando como base a TAP. Especificamente, desenvolver uma revisão da literatura acerca do uso das redes sociais, em especial o *Facebook* e a sua relação com a TAP; identificar as crenças comportamentais, normativas e de controle relativas à intenção comportamental de utilizar o *Facebook*; identificar as características

sociodemográficas dos usuários do *Facebook*; identificar a frequência uso do *Facebook*; desenvolver um instrumento de pesquisa, com indicadores de confiabilidade e validade adequados, para a identificação dos determinantes da intenção comportamental, atitude, norma subjetiva, controle comportamental percebido sobre o uso do *Facebook*; verificar a relação entre os construtos da TAP, a frequência de uso e as variáveis sociodemográficas.

De modo a testar a adequação do modelo para investigar o comportamento em questão foram traçadas seguintes hipóteses:

Hipótese 1 - Atitude tem influência positiva sobre a intenção.

Hipótese 2 - Norma subjetiva tem influência positiva sobre a intenção.

Hipótese 3 - Controle comportamental percebido tem influência positiva sobre a intenção.

A relevância deste estudo está justamente nas consequências tanto positivas como negativas que o uso do *Facebook* pode trazer. E para entender a atual conjuntura desta RSO no nosso cenário atual optamos por utilizar uma teoria que pudesse avaliar os determinantes do comportamento dos sujeitos tanto qualitativamente como quantitativamente.

A presente dissertação de mestrado adotou uma das possibilidades oferecidas pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFAL na estruturação do trabalho final. Ela se constitui de três artigos científicos, cada capítulo corresponde a um artigo, esta estrutura facilita a publicação dos produtos desta dissertação, contribuindo ainda em uma maior difusão dos resultados aqui apresentados, não só para a comunidade acadêmica, como também para outros leitores. Assim, esta dissertação será apresentada da seguinte forma:

- **Capítulo 1:** A Rede Social *Facebook*: uma análise a partir da Teoria da Ação Planejada. Revisão da literatura. Este capítulo fundamentou a pesquisa.
- **Capítulo 2:** Crenças acerca do *Facebook*: uma análise através da Teoria da Ação Planejada. Teve como objetivo fazer o levantamento das crenças salientes que serviram de base para a construção do Questionário de Normas e Atitudes frente ao Facebook - QANUF
- **Capítulo 3:** Determinantes da intenção de utilizar o Facebook. Objetivou analisar os preditores da intenção de utilizar o Facebook, bem como avaliar as propriedades psicométricas do Questionário de Normas e Atitudes frente ao Facebook - QANUF.

Ao final, são apresentadas as considerações finais, com o objetivo de integrar os resultados encontrados na pesquisa desenvolvida na presente dissertação. Incluindo as

limitações dos estudos, assim como algumas propostas para pesquisas futuras que permitam a continuidade dos trabalhos aqui iniciados.

## **CAPÍTULO 1: A REDE SOCIAL FACEBOOK: UMA ANÁLISE A PARTIR DA TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA.**

### **RESUMO**

O Facebook é uma rede social que tem crescido muito nos últimos anos e possui o maior número de usuários, dentre as demais redes sociais. Em um site onde se relacionam milhões de pessoas é possível encontrar os mais variados comportamentos. Nesse sentido, a Teoria da Ação Planejada se apresenta como uma teoria que pode auxiliar na compreensão e previsão dos comportamentos. Este artigo tem o objetivo de discutir, através de uma revisão teórica, as interfaces entre a Teoria da Ação Planejada e o uso do *Facebook*, bem como a contribuição que a teoria pode dar para a compreensão deste fenômeno. Contudo, o que se percebe é ainda um número pequeno de estudos que investigam os fatores relacionados ao uso do Facebook, principalmente no Brasil. A TAP é uma teoria que pode fornecer dados mais completos acerca do uso desta rede social, resultados que podem ser usados para servir de base na elaboração de estratégias que visem modificar comportamentos tanto positivos quanto negativos.

**Palavras-chave: Facebook, Teoria da Ação Planejada, Redes Sociais.**

### **ABSTRACT**

Facebook is a social network that has grown a lot in recent years and has the largest number of users, among other social networks. In a site where millions of people are related it is possible to find the most varied behaviors. In this sense, the Theory of Planned Action presents itself as a theory that can aid in the understanding and prediction of behaviors. This article aims to discuss, through a theoretical revision, the interfaces between the Theory of Planned Action and the use of Facebook, as well as the contribution that theory can give to the understanding of this phenomenon. However, what is perceived is still a small number of studies that investigate the factors related to the use of Facebook, mainly in Brazil. TPA is a theory that can provide more complete data about the use of this social network, results that can be used to serve as a basis in the development of strategies that aim to modify both positive and negative behaviors.

**Keywords: Facebook, Theory of Planned Action, Social Networks.**

## INTRODUÇÃO

A internet é atualmente uma ferramenta indispensável no cotidiano das pessoas. Através dela é possível estabelecer comunicação, a troca de informações, transações bancárias, de negócios, entretenimento (SEBASTIÃO e LAMPKOWSKI, 2009). No Brasil o acesso à internet está presente em mais de 54,9% da população, desses 76,6% acessam por meio de computador e 80,4% acessam por meio do celular, apontam os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD (IBGE, 2016). Estes dados mostram um crescimento do acesso à rede mundial de computadores e a preferência pelo acesso por meio de aparelhos celulares em relação ao computador de mesa.

Um dos pontos pelos quais a internet se destaca é a facilidade de comunicação. A internet oferece a possibilidade de troca de informações entre pessoas em qualquer lugar do mundo. Daí surge o conceito de Redes Sociais Online (RSO). Estas redes permitem a interação de pessoas, o compartilhamento de informação e a formação de grupos e comunidades (SANTANA et al, 2009). Sites como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, tem aumentado o seu uso exponencialmente nos últimos anos. Através destes sites e aplicativos os usuários podem trocar mensagens de texto, dados do seu perfil, fotos, vídeos e áudios em tempo real (AYRES e RIBEIRO, 2015).

O *Facebook* é um dos sites mais acessados do mundo. De acordo com o Alexa Inc. (2016), empresa especializada em estatísticas de acesso a sites, o *Facebook* é o terceiro site mais acessado do mundo e encontra-se na mesma posição entre os sites mais acessados no Brasil nesse mesmo ano, perdendo apenas para o site de buscas *Google* e a plataforma de vídeos on-line *Youtube*, ambos da mesma empresa. Esses dados chamam a atenção para a importância das redes sociais no dia-a-dia das pessoas, em especial o *Facebook*, tamanho o seu alcance.

As possibilidades de interação nessas redes são tantas que muitos usuários têm dedicado bastante tempo a elas. Um estudo realizado com 508 universitários no Rio de Janeiro (Azevedo e Medina, 2014), com o objetivo de elucidar o comportamento no *Facebook*, revelou que 81,1% dos pesquisados possuíam o aplicativo do *Facebook* instalado no celular e que 65,1% conferem as notificações pelo menos uma vez no período de uma hora. De acordo com Pelling e White (2009), o usuário que faz mais do que 4 visitas à rede



social é um *heavy user*, o que significa que esses usuários fazem uso pesado da rede. Os autores concluíram que 7,7% são *light users* – aqueles que fazem uso leve, ou seja, menos do que 4 visitas à rede - e 92,3% são *heavy users* – usuários considerados pesados, pois fazem o uso da rede com uma frequência maior que 4 visitas.

Um modelo que pode auxiliar a compreender e prever o uso de redes sociais pelas pessoas é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) ou Teoria da Ação Planejada (TAP), uma ampliação da Teoria da Ação Racional desenvolvida por Fishbein e Ajzen (1975).

De acordo com o modelo da TAP, os comportamentos são precedidos de uma intenção que por sua vez é precedida por atitudes face a um comportamento, norma subjetiva e controle comportamental percebido, os quais são formados por crenças comportamentais, crenças normativas e crenças de controle, respectivamente. Essa intenção sendo forte o suficiente pode levar o sujeito a emitir tal comportamento (AJZEN, 1985).

Apesar da crescente popularidade do *Facebook*, no entanto, ainda é pouco o que se sabe sobre as variáveis que predizem o nível de utilização do mesmo. Dessa forma, tomando como base o modelo da TAP, tornou-se relevante buscar estudos acerca dos antecedentes comportamentais do uso do *Facebook*. Sendo assim, este artigo tem como objetivo discutir através de uma revisão teórica as interfaces entre a Teoria da Ação Planejada e o uso do *Facebook*, bem como a contribuição que a teoria pode dar para a compreensão deste fenômeno.

## **O Facebook**

Segundo Smith (2010), o *Facebook* foi criado em 2004, na Universidade de Harvard, originalmente como um site restrito aos estudantes daquela universidade. A possibilidade de criar um perfil, publicar e compartilhar fotos no seu mural ampliou o número de usuários permitindo que não só alunos, mas professores e funcionários daquela instituição também começassem a criar os seus perfis, até que em 2006 o site foi aberto para o público em geral.

Após esse período o *Facebook* passou por um momento de expansão e desde então a base de usuários só aumentou, passou de 845 milhões de usuários em 2010 para 1,65 bilhão de usuários ativos em 2016 (FACEBOOK, 2016).

De acordo com dados divulgados pelo próprio Facebook (2016), só no Brasil em março de 2016, o *Facebook* registrou 105 milhões de usuários ativos na rede. Isso representa aproximadamente 51% da população brasileira, fazendo do Brasil o terceiro país em número de usuários na rede, perdendo apenas para a Índia e os Estados Unidos.

Dentre as principais possibilidades de interação que o *Facebook* oferece, pode-se citar o botão “curtir”, que expressa a opinião do usuário diante das publicações de terceiros, publicar fotos, vídeos, comentar as publicações, compartilhar e trocar mensagens privadas através do chat (FERREIRA, 2014).

Tamanho popularidade e alcance fizeram do *Facebook* uma rica fonte de pesquisas. Joinson (2008) realizou uma pesquisa cujo objetivo foi o de analisar os padrões de uso e gratificações obtidas através da rede social. Quanto ao tempo gasto na rede, a maioria dos respondentes afirmou que gasta entre 1 e 2 horas no *Facebook* (33,3%) e, entre 2 e 5 horas (32,5%) uma proporção relativamente pequena de usuários alegou gastar menos de 1 hora por semana (16,9%) ou entre 5 e 10 horas (11,0%) no site. Os usuários justificaram suas respostas afirmando que utilizam o *Facebook* para manter contato com amigos que moram longe de casa e conversar com amigos que perderam contato. Na mesma direção, Ferreira (2014), com o objetivo de identificar e compreender a evolução do comportamento dos adolescentes na rede social realizou uma pesquisa longitudinal com sujeitos entre os 13 e os 15 anos de uma região de Portugal que utilizavam o *Facebook*, e observou que nos primeiros anos os adolescentes, através da rede social, buscavam segundo o autor da pesquisa, uma afirmação do “eu”, de um novo estilo de vida e afirmação social, enquanto que no final da pesquisa os adolescentes buscavam uma aceitação do corpo e uma maior desinibição do mesmo.

Azevedo e Medina (2014) realizaram uma pesquisa na cidade do Rio de Janeiro com estudantes e professores universitários, a fim de elucidar questões concernentes ao uso do *Facebook*, bem como as consequências de seu uso. A pesquisa possuía uma parte qualitativa em que os professores foram convidados a responder perguntas acerca do uso do *Facebook* durante as aulas. De modo geral, consideraram que o uso das redes sociais é inevitável, mas que a principal consequência é o afastamento da leitura. A segunda parte da pesquisa buscou caracterizar os universitários quanto ao uso e verificou-se que 90% dos pesquisados possuíam conta no *Facebook*. Os dados que mais chamam a atenção são que pelo menos 87% da amostra admitiram já ter passado por alguma dificuldade de aprendizagem ao estar em sala online no *Facebook* e 76% consideram-se pessoas ansiosas.

Outro aspecto importante relacionado ao uso do *Facebook*, refere-se a sua utilização no ambiente de trabalho durante o expediente. De acordo com Ferrer (2011), pelo menos 72% das empresas ao redor do mundo bloqueiam total ou parcialmente o acesso a esta rede social. Segundo Barbosa e Oliveira (2014), este comportamento tem efeito direto na produtividade, devido principalmente à perda de tempo e compromete a segurança da rede

corporativa. Segundo estes autores a principal consequência deste comportamento é a demissão por justa causa.

Uma rede de tamanha expressividade torna a questão da privacidade um ponto importante. Uma vez publicada, cabe ao usuário determinar o nível de privacidade de seus conteúdos, restringindo-os aos amigos, público ou somente para si mesmo. Segundo Rosa (2012), a maioria dos usuários opta por não permitir que desconhecidos tenham acesso às informações de seus perfis. Este autor aponta que uma consequência referente à publicação de fotos pessoais é a criação de perfis *fakes* (literalmente perfis falsos), que é o tipo de perfil criado que utiliza informações falsas de pessoas famosas e anônimas, utilizam um nome e fotos para criar um personagem real ou se passar por alguém com o intuito de espionar outros perfis ou ainda para insultar e praticar *cyberbullying* – a prática de violência através de insultos e ameaças por meio da internet - com outros usuários (KWAN e SKORIK, 2013).

Por outro lado, o uso eficaz da rede também pode trazer benefícios em diversos aspectos, como no processo de ensino-aprendizagem, por exemplo. Ferreira, Correia e Torres (2013) afirmam que o *Facebook* é uma ferramenta que pode ser utilizada como um ambiente virtual de aprendizagem formal, em que alunos e professores podem trocar conhecimento, permitindo uma aprendizagem colaborativa, interativa e com diversas oportunidades pedagógicas.

Com o objetivo de tentar compreender comportamentos de usuários do *Facebook*, alguns pesquisadores têm investigado esses comportamentos através do estudo das atitudes, pois segundo Pimentel et al (2016), através das atitudes é possível prever o comportamento, o que a torna um construto bastante importante dentro da Psicologia Social. Nesse sentido, Ferreira et al (2008) investigaram as atitudes de usuários do *Orkut*, uma rede social com características semelhantes ao *Facebook*, por meio de uma Escala de Atitudes frente ao Orkut - EAFO, com o objetivo de conhecer quais as principais vantagens e desvantagens da participação dos jovens no site de relacionamento social Orkut. Foram pesquisados 444 estudantes secundários da cidade de Aracaju e os pesquisadores observaram uma correlação positiva significativa entre a atitude e as horas que os usuários passam na rede, indicando que quanto mais favorável a atitude, mais tempo o usuário passa na rede social.

Na mesma direção, Pimentel et al (2016) realizaram uma pesquisa com o objetivo de desenvolver uma Escala de atitudes frente ao *Facebook* e verificaram que os homens apresentaram atitudes mais favoráveis em relação ao *Facebook* do que as mulheres, contrapondo-se às pesquisas realizadas anteriormente que não encontraram diferenças por

sexo em relação à adesão a sites de relacionamento social. Os autores encontraram ainda uma relação negativa entre as horas utilizando a rede e a idade, o que significa que quanto menor a idade, mais tempo passam na rede.

De acordo com Fishbein e Ajzen (1975) as atitudes são uma boa medida de se prever os comportamentos. No entanto, os comportamentos estão sujeitos à outras variáveis que podem influenciar na sua emissão. Desta forma, estes autores desenvolveram a Teoria da Ação Racional a fim de ampliar o estudo do comportamento através das atitudes e de outros construtos.

### **A Teoria da Ação Racional e Teoria da Ação Planejada**

Com o objetivo de prever e compreender comportamentos, Fishbein e Ajzen (1975) desenvolveram a Teoria da ação Racional (TAR), uma importante teoria em que através da análise da atitude (fator pessoal), da norma subjetiva (pressão social), levando em consideração o contexto, o tempo e o alvo em que o comportamento é executado, obtêm-se o que os autores nomeiam de intenção que sendo forte o suficiente farão com que o sujeito execute um determinado comportamento.

A atitude é um construto amplamente estudado na Psicologia Social e sua importância se deve ao fato de ser intimamente ligada ao comportamento dos sujeitos. Uma atitude representa uma avaliação favorável ou desfavorável em relação a um objeto e é formada por crenças comportamentais. De maneira geral, as crenças são julgamentos em relação a algum aspecto discriminável do seu mundo ou do meio ambiente (FISHBEIN e AJZEN, 1975). De acordo com esses autores, quando uma pessoa forma crenças em direção a um objeto, automaticamente e simultaneamente forma atitudes em relação a esse objeto.

Embora as atitudes forneçam elementos capazes de prever um comportamento, outros fatores estão envolvidos entre uma atitude e o comportamento (LIMA e D'AMORIM, 1986). Desta forma, a TAR traz o conceito de norma subjetiva, que é a percepção do indivíduo acerca das expectativas do que as pessoas próximas a ele têm a respeito do comportamento. Essa pressão social pode vir de pares, família, escola ou local de trabalho (SHELDON, 2016). Juntos esses construtos formam a intenção que se refere ao propósito de desempenhar um determinado comportamento (ROAZZI et al, 2014).

De acordo com Veiga e Monteiro (2005), a TAR traz ainda o conceito de que as atitudes devem direcionar para um comportamento específico ao invés de considerar atitudes gerais. Lima e D'amorim (1986) afirmam que o comportamento poderá ser mais específico

se levado em consideração em termos de ação, tempo, alvo e contexto, como por exemplo, “comprar (ação), no dia X (tempo), cerveja de marca X (alvo), no supermercado Y (contexto)” (LIMA e D’AMORIM, 1986).

Por trás de toda atitude, existem as crenças comportamentais. E por trás da norma subjetiva, as crenças normativas. As crenças são a compreensão que o sujeito elabora acerca de si mesmo e do mundo que o cerca. Quando se conhecem as crenças, torna-se mais fácil a compreensão das razões que levam a um determinado comportamento. As crenças formam-se através das conexões realizadas entre os aspectos do mundo interno e externo dos sujeitos e se dão através da observação direta, de informações captadas de fontes externas ao sujeito e de inferências do próprio sujeito. Desta forma, o indivíduo elabora as crenças sobre objetos, acontecimentos, comportamentos, sobre si mesmo e situações que o permeiam (ROAZZI et al, 2014).

As crenças comportamentais referem-se ao desempenho e às consequências prováveis de um determinado comportamento, sendo resultado da observação direta do sujeito. As crenças comportamentais produzem as atitudes favoráveis ou desfavoráveis em relação a um comportamento (VEIGA E MONTEIRO, 2005). Como afirmam Lima e D’amorim (1986), a atitude de um sujeito em relação a um objeto X está relacionada ao conjunto de crenças sobre o objeto X e não a uma crença específica relativa ao mesmo. As crenças normativas são aquelas que regulam o comportamento de um indivíduo, determinando se o comportamento deve ser executado, referem-se às expectativas de terceiros e devendo ser socialmente aceitas. As crenças relacionam-se com objetos, atribuindo-lhes qualidades e características, denominadas atributos. A intensidade com que um objeto se relaciona com o atributo é chamada de força da crença, que demonstra o grau em o que o sujeito acredita que um objeto está ligado a uma determinada qualidade ou atributo. O produto da força da crença vai determinar de forma indireta a medida da atitude em relação a um comportamento (ROAZZI et al, 2014).

Portanto, para entender e determinar a intenção de desempenhar um comportamento é necessário conhecer as crenças. Conhecendo-se as crenças, é preciso determinar quais são as crenças salientes na memória, para que a sua força seja medida (VEIGA E MONTEIRO, 2005). Como afirmam Hosseini et al (2015), a TAR oferece uma estrutura para reconhecer as crenças fundamentais e as normas que afetam o comportamento.

Para saber qual a intenção do sujeito, os autores da TAR, Fishbein e Ajzen, sugerem que seja elaborado um questionário a fim de levantar as crenças salientes que servirão de



base para o desenvolvimento de um instrumento que contém escalas de medida de atitude, norma subjetiva e intenção em emitir o comportamento (VEIGA e MONTEIRO, 2005).

Apesar das pesquisas comprovarem a eficácia da TAR na predição e compreensão dos comportamentos, o modelo foi alvo de críticas por possuir algumas limitações. A principal delas refere-se ao fato de que as intenções e o comportamento são influenciados por outros fatores, como por exemplo, os hábitos. Pensando nisso, Ajzen (1985) ampliou a Teoria da Ação Racional e inseriu outro componente: o controle comportamental percebido. O controle comportamental percebido é formado pelas crenças de controle, que representam a crença pessoal do grau de facilidade de realização do comportamento.

As intenções refletem somente a motivação de agir, enquanto a execução de um comportamento não depende somente disto, mas também do maior ou menor controle sobre o comportamento (por exemplo, correr 100 m. em 5 seg.). Desta forma, se o indivíduo possui controle sobre uma situação, pode decidir em executá-la ou não (MOUTINHO e ROAZZI, 2010).

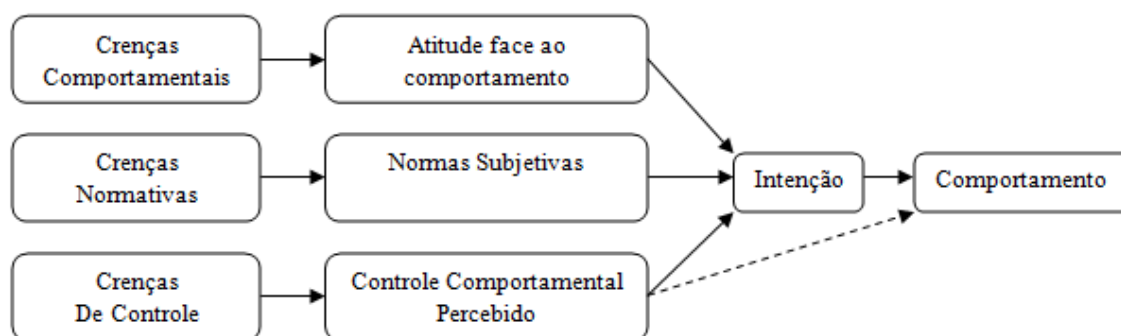


Figura 1. A Teoria do Comportamento Planejado. Fonte: (AJZEN, 2006).

Como afirmam Veiga e Monteiro (2005), quando uma pessoa acredita que lhe faltam recursos, capacidade ou fatores alheios à sua vontade, é pouco provável desenvolver uma intenção de desempenhar o comportamento. E ainda mesmo que uma pessoa tencione a fazer uma ação, pode ser que não haja controle voluntário sobre o comportamento, o que explica a influência do controle percebido nas intenções comportamentais e no comportamento. Estes três componentes, atitude face ao comportamento, norma subjetiva, controle comportamental percebido, vão formar uma intenção que pode levar ao comportamento. Tendo um suficiente grau de controle, as pessoas possuirão uma intenção de realizar o comportamento diante das oportunidades que surgirem (VEIGA e MONTEIRO, 2005).

De acordo com Knabe (2009), o modelo da TAP assume que as crenças comportamentais, as crenças normativas e as crenças de controle são antecedentes da atitude, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido, conforme mostra a Figura 1. Segundo Medeiros (2014), são crenças facilmente disponíveis na memória, ativadas espontaneamente, sem a necessidade de esforço cognitivo significativo, na presença atual ou simbólica do objeto em estudo, como o comportamento estudado.

Sendo assim, para a TAP, o comportamento humano é guiado por esses três construtos: crenças sobre as prováveis consequências do comportamento (crenças comportamentais), crenças sobre as expectativas normativas de outros (crenças normativas), e crenças sobre a presença de fatores que podem facilitar ou impedir o desempenho do comportamento (crenças de controle). Em seus respectivos agregados, crenças comportamentais produzem uma atitude favorável ou desfavorável em relação ao comportamento; crenças normativas resultam em pressão social percebida ou norma subjetiva; e as crenças de controle dão origem ao controle comportamental percebido, juntos esses construtos formarão uma intenção (AJZEN, 2006).

### **A Teoria da Ação Planejada, Redes Sociais e Facebook**

A grande popularidade faz do *Facebook* um vasto campo de pesquisa teórica e empírica, no entanto pouco se sabe ainda sobre os fatores antecedentes envolvidos na adoção dos usuários a esta rede. A TAR e a TAP têm se mostrado teorias bastante sólidas e capazes de fornecer dados consistentes com relação aos antecedentes comportamentais. Os estudos realizados com essas teorias não deixam dúvidas quanto a sua eficácia, como demonstra a pesquisa de Almeida e Roazzi (2014) cujo objetivo foi testar a adequação da TAR no que diz respeito à predição da intenção para adotar o comportamento do não uso de bebidas alcoólicas e direção em estudantes universitários e de modo geral, os resultados encontrados no presente estudo, referentes ao comportamento do não consumo etílico e direção, foram satisfatórios e corresponderam ao que é proposto pela TAR e as correlações entre as variáveis confirmaram a validade teórica e metodológica à TAR. Na mesma direção, Formiga, Dias e Saldanha (2005) com base na TAR, investigaram a intenção de pessoas, incluindo infartadas, em praticar a caminhada, no mínimo, três vezes por semana e, por meio de uma análise de Regressão Múltipla foi explicada 42% da variância obtida na intenção comportamental, mediante crenças normativas gerais, atitude e crenças comportamentais

gerais, como determinantes para o comportamento em questão e de acordo com as autoras, a TAR mostrou-se como um bom recurso para a explicação do comportamento em questão.

Buscando relacionar as Redes Sociais e os antecedentes comportamentais envolvidos no seu uso, Pelling e White (2009) realizaram uma pesquisa com jovens de 17 a 24 anos utilizando um modelo estendido e adaptado da TAP para investigar os antecedentes da intenção de utilizar e permanecer utilizando as redes sociais em um alto nível de utilização. No geral, o estudo revelou que um alto nível de uso das RSO é influenciado por fatores atitudinais (o quão útil ou não o usuário percebe utilizar a rede mais que 4 visitas em uma semana), normativos (se as pessoas importantes para elas aprovariam ou não mais do que 4 visitas às redes sociais em uma semana) e de auto identidade (se a pessoa se considerava o tipo de pessoa que usa redes sociais), sugerindo que adultos com uma atitude favorável e que sentem pressão das pessoas próximas tendem a usar as redes sociais com mais frequência. Já o controle comportamental percebido não emergiu como um preditor significativo das intenções e comportamentos.

Leng et al (2011) investigaram os fatores que incentivavam os alunos a adotar sites das RSO na Malásia. Os resultados mostram que uma atitude positiva e uma norma subjetiva positiva influenciam na intenção de usar as redes sociais. A atitude afeta fortemente a intenção comportamental, apoiando a hipótese inicial dos pesquisadores. Em outras palavras, se um usuário se sentir bem com uma RSO específica, então ele ou ela estará mais disposto a usá-la. Contraditoriamente ao que acreditavam os pesquisadores, a norma subjetiva não tem efeito direto sobre a intenção. Estudos anteriores descobriram que o efeito da norma social sobre a intenção é mais significativo no contexto do uso obrigatório em comparação com o contexto de uso voluntário, como é o caso das RSO. O controle comportamental percebido estabeleceu relação com a intenção, mas não estabeleceu relação positiva com o comportamento alvo, corroborando com os achados de Pelling e White (2009).

Também se utilizando da TAP, Baker e White (2010) realizaram uma pesquisa junto a 160 adolescentes de 13 a 16 anos para avaliar os fatores envolvidos no engajamento do uso das RSO. A atitude e o controle comportamental mostraram-se como fortes preditores da intenção de utilizar as redes sociais e a intenção também se relacionou fortemente com o comportamento alvo. No entanto, a norma subjetiva não teve uma relação positiva com a intenção, contrariando a maioria das pesquisas. Neste estudo, o controle comportamental percebido também não estabeleceu correlação com o comportamento, o que segundo as

autoras já foi encontrado em outros estudos realizados com adolescentes (Hamilton e White, 2008) apud (Baker e White, 2010).

O uso dessas redes sociais acaba por impulsionar os mais variados comportamentos, dentre eles pode-se citar o de bisbilhotar o comportamento do parceiro de relacionamento. Partindo dessa premissa, Darvel et al (2011) investigaram o comportamento de monitoramento do *Facebook* dentro de relacionamentos românticos, bem como os preditores psicológicos desse comportamento, sob a luz da TAP. Nessa pesquisa a norma subjetiva foi a que mais se correlacionou com a intenção e com o comportamento. A atitude também se correlacionou positivamente com a intenção e com o comportamento. Contrariando a hipótese levantada pelos pesquisadores o controle comportamental percebido não teve uma correlação significativa com a intenção e com o comportamento. Portanto, pode ser que os indivíduos percebam que eles têm alto controle volitivo sobre comportamentos variados em sites sociais e que alguns anteriores mostraram que o controle comportamental percebido, não emerge como um preditor de intenções e comportamentos nas redes sociais.

Buscando compreender a predição da proteção da privacidade dos usuários do Facebook, Saeri et al (2014), utilizaram-se da TAP para compreender este comportamento e relacionar a privacidade, risco e confiança no Facebook com os componentes da TAP. Nesse estudo, os autores substituíram a norma subjetiva, pela norma descritiva - que indicam como as pessoas devem se comportar numa determinada situação. Já as normas injuntivas compreendem as ações que são aprovadas ou reprovadas em uma cultura, pelas leis em vigor ou pelo contexto social - por considerarem a norma subjetiva o mais fraco dos três componentes a respeito da predição do comportamento. Os dados revelaram que somente as normas injuntivas e descritivas correlacionaram-se com a intenção de proteger a privacidade no *Facebook*. Para os pesquisadores, isso pode ser explicado quando os participantes percebiam que as pessoas importantes para elas aprovavam a proteção da privacidade online ou perceberam que essas pessoas importantes protegiam a própria privacidade on-line, os participantes relataram maiores intenções de proteção de privacidade. As correlações negativas que revelaram que a atitude e o controle comportamental percebido podem ser interpretados como indicadores de que nem atitude, nem controle comportamental percebido são importantes para a proteção da privacidade online.

Desse modo percebe-se que através da TAP diversos autores vêm buscando compreender o comportamento dos usuários das redes sociais e com um elevado poder de previsão destes comportamentos. Nessa direção, Nasri e Charffedine (2012) realizaram uma pesquisa com o objetivo de investigar os fatores relacionados ao uso do *Facebook* na Tunísia

através de um modelo adaptado da Teoria da Ação Planejada. Consistente com achados anteriores, a pesquisa constatou que a atitude e a norma subjetiva relacionaram fortemente com a intenção de utilizar o *Facebook*, mesmo sendo realizada em um outro contexto sociocultural.

## DISCUSSÃO

A princípio cabe salientar que as pesquisas realizadas utilizando a TAR e a TAP tem convergido através de seus resultados que estas teorias podem ser utilizadas empiricamente para compreender e prever os mais variados comportamentos. Mas é possível prever um comportamento? De acordo com o que foi levantado até aqui, a resposta é sim. A teoria oportuniza o desenvolvimento de um instrumento, um questionário que avalia a intenção comportamental, por meio da compreensão das atitudes, normas subjetivas e percepção de controle sobre o comportamento. De acordo com Heidemann, Araújo e Veit (2012) para uma predição acurada, algumas condições devem ser contempladas. Primeiramente, as medidas da intenção e do controle comportamental percebido devem ser correspondentes ou compatíveis com o comportamento que se quer prever, ou seja, as intenções e as percepções de controle devem ser avaliadas em relação a um particular comportamento de interesse e ao mesmo contexto, alvo e tempo específico desse comportamento.

As crenças desempenham um papel preponderante nesta teoria, pois é por meio delas que serão determinadas as atitudes, normas subjetivas e percepção do controle. Através delas pode-se perceber o que pensam os sujeitos acerca daquele comportamento.

O número de pesquisas relacionadas à internet tem aumentado nos últimos anos em consequência do espaço que a mesma tem tomado na vida contemporânea. Os dados das pesquisas evidenciam que o *Facebook* é dentre as redes sociais aquela de maior expressividade. Como foi visto até aqui, uma rede com tamanha magnitude possibilita os mais diversos usos, bem como as consequências advindas deste uso. Nesse sentido, a frequência do uso aparece como um fator importante. Como acontece com qualquer tipo de uso abusivo, o uso excessivo da rede social acaba trazendo um impacto negativo para a vida dos usuários, como interferências na aprendizagem, prejuízos na vida acadêmica, ansiedade (Azevedo e Medina, 2014) e até a qualidade do sono (Suganuma et al, 2007).

O tempo de uso pode estar diretamente relacionado com tendências aditivas e entender os aspectos adjacentes a isso é de extrema importância. Nesse sentido, a TAP pode contribuir de forma a compreender as crenças dos sujeitos, bem como a sua intenção.



De acordo com Pelling e White (2009), os jovens são os que mais utilizam as redes sociais e se dispõem a gastar em média 3 horas do dia nas redes sociais. Isso chama a atenção para a importância dos pais, responsáveis ou pessoas próximas no sentido de determinar, tentar controlar ou interferir no tempo gasto e na forma de uso desta rede pelo público jovem.

De acordo com a TAP é possível, através da determinação das crenças normativas, por meio de entrevistas ou de questões abertas, conhecer o que pensam as pessoas acerca daqueles que lhe são próximos em relação ao comportamento alvo. É de extrema importância saber quais são os grupos e porque são importantes, pois isto pode ajudar a direcionar intervenções voltadas para este ou para aquele grupo. Segundo Heidemann, Araújo e Veit (2012), intervenções com o intuito de mudar o comportamento podem ser dirigidas a um ou mais dos seus determinantes: as atitudes, as normas subjetivas ou o controle comportamental percebido.

Como vimos, a privacidade é um importante aspecto que pode influenciar na intenção em usar o *Facebook*. A partir do momento que o sujeito percebe que tem controle sobre o que posta e compartilha ele pode ampliar a intenção em utilizar a rede.

O uso do *Facebook* não deve ser visto como totalmente negativo. O que tem se observado é que o *Facebook* é uma rede social de bastante expressividade e merece atenção dos pesquisadores, sendo a TAP uma teoria consistente, pois oferece a possibilidade de investigar diversos comportamentos.

Desta forma, a TAP pode contribuir, para explicar porque as pessoas utilizam o *Facebook*. Podendo não só compreendê-los como também predizê-los. O estudo do comportamento por meio da TAP pode ser útil para a elaboração de intervenções voltadas para um determinado público alvo. Intervenções voltadas para diminuição do tempo de uso em casos que o mesmo seja prejudicial, ou até mesmo inserir a rede social como um meio facilitador na comunicação seja no ambiente de trabalho, educacional etc. Ao tentar convencer as pessoas em mudar as próprias intenções, levando em consideração as atitudes, as normas subjetivas e o controle percebido sobre o comportamento podem aumentar a taxa de sucesso dessas intervenções.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O poder de predição de comportamentos da TAP chama a atenção dos pesquisadores interessados em compreender os fatores psicossociais envolvidos em determinados

comportamentos. Essas pesquisas que vêm utilizando a TAP como teoria que busca compreender e prever comportamentos não deixam dúvidas quanto a sua eficácia e consistência. Seja o modelo original, como proposto por Fishbein e Ajzen ou com modelos adaptados da mesma, visando uma compreensão mais ampla dos comportamentos estudados.

O *Facebook* por ser uma rede social de enorme alcance, acaba ganhando notoriedade entre as demais redes sociais. O presente estudo mostra como pode ser variada a gama de comportamentos que esta rede social proporciona, tornando-se um vasto campo de pesquisa. E as consequências podem ser tanto positivas quanto negativas.

Contudo, o que se percebe é ainda um número restrito de estudos que investigam os fatores relacionados com o uso do *Facebook* tomando a TAP como teoria de base, principalmente no Brasil. A TAP é uma teoria que pode fornecer dados mais completos acerca do uso do *Facebook*, resultados que podem ser usados para servir de base na elaboração de estratégias que visem modificar comportamentos desadaptativos e ampliar comportamentos positivos.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann. **Action control: From cognition to behavior**, p. 11.39. Heidelberg: Springer, 1985.

AJZEN, I. **Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire**. 2006. Disponível em: <<http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>>.

ALEXA. Alexa Internet Incorporation. **The top 500 sites on the web**. 2016. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em: 17/08/2016.

ALMEIDA, N. D; ROAZZI, A. Álcool e Direção em Universitários, Comunicação Persuasiva e Prevenção. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 34, n. 3, p. 715-732, Set. 2014. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-98932014000300715&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932014000300715&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10/08/2017 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-3703000632013>.

AYRES, M. e RIBEIRO, J. C. **A representação de si em interações sociais mediadas por instant messengers: o caso whatsapp**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro. São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em:<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0273-1.pdf>>.

AZEVEDO, D. e MEDINA, A. L. **Dependência ou Autonomia? Um estudo sobre o comportamento dos universitários do Rio de Janeiro no Facebook**. Intercom –

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXI Prêmio Expocom, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/expocom/EX43-0299-1.pdf>>. Acesso em 15/10/16.

BAKER, R.K. e WHITE, K.M. Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective. **Computers in Human Behavior**, n. 26, v.6. p. 1591-1597, 2010. Disponível em: <<http://eprints.qut.edu.au/34221/1/c34221.pdf>>. Acesso em 26/01/2017.

BARBOSA, A. N; OLIVEIRA, R. R. de. A utilização da rede social Facebook no ambiente de trabalho durante o horário de expediente. **Revista de Iniciação Científica da Libertas**, v. 4, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.libertas.edu.br/revistas/index.php/riclibertas/article/viewFile/53/49>>. Acesso em 23/01/2017.

DARVEL, M. J et al. Facebook Tells Me So: Applying the Theory of Planned Behavior to Understand Partner-Monitoring Behavior on Facebook. **Cyberpsychology, behavior, and social networking**. v. 14, n. 12, p. 717-722, 2011. Disponível em: <<http://online.liebertpub.com/doi/pdfplus/10.1089/cyber.2011.0035>>. Acesso em 26/01/2017.

FACEBOOK. **Facebook Incorporation**. Menlo Park, California: 2016. Disponível em: <<http://br.newsroom.fb.com/company-info/>>. Acesso em: 01/09/2016.

FERRER, R. 72% das Empresas proíbem o acesso ao Facebook, diz pesquisa. **Revista Exame.com**. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/72-das-empresas-proibem-o-acesso-ao-facebook-diz-pesquisa/>>. Acesso em 03/05/2017.

FERREIRA, D. C. S. et al. PSICOLOGIA DA ERA VIRTUAL: Atitudes de estudantes adolescentes frente ao Orkut. **Psicologia Argumento**, v. 25, n. 55, p. 305-317, 2008. Disponível em: <[www2.pucpr.br/reol/index.php/PA?dd1=2526&dd99=pdf](http://www2.pucpr.br/reol/index.php/PA?dd1=2526&dd99=pdf)>. Acesso em: 06/05/2017.

FERREIRA, S. J. B. **O Comportamento dos Consumidores Adolescentes e a sua Evolução no Facebook**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto: Porto, 2014. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/76810/2/102877.pdf>>. Acesso em 18/10/2016.

FERREIRA, J. L; CORRÊA, B. R. P. G.; TORRES, P. L. O uso pedagógico da rede social Facebook. **Colabor@-A Revista Digital da CVA-RICESU**, v. 7, n. 28, 2013. Disponível em: <<http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/view/199>>. Acesso em 05/05/2017.

FISHBEIN, I. e AJZEN, M. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to Theory and Research**. Addison-Wesley: Reading, 1975.

FORMIGA, A. S. de C; DIAS, M. R. e SALDANHA, A. A. W. Aspectos psicossociais da prevenção do infarto: construção e validação de um instrumento de medida. **Psico-USF** (Impr.) [online]. 2005, vol. 10, n.1, pp.31-40. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-82712005000100005&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-82712005000100005&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em 06/08/2017.

HEIDEMANN, L. A.; ARAUJO, I. S.; VEIT, E. A. Um referencial teórico-metodológico para o desenvolvimento de pesquisas sobre atitude: a Teoria do Comportamento Planejado de Icek Ajzen. **Revista electrónica de investigación en educación en ciencias**, v. 7, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/reiec/article/viewFile/7474/6718>>. Acesso em: 05/05/2017.

HOSSEINI, Z, et al. **Medical Journal of the Islamic Republic of Iran**, nov, 2005, v. 29:289. P. 1-8. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4764274/>>.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE divulga as estimativas populacionais dos municípios em 2015**. IBGE: Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=2972>>

JOINSON, A. N. "Looking at", "Looking up" or "Keeping up" with People? **Motives and Uses of Facebook**. CHI 2008 Proceedings · Online Social Networks, Florença, Itália, Abril, 2008. Disponível em: <[http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson\\_Facebook.pdf](http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson_Facebook.pdf)>. Acesso em: 19/10/2016.

KNABE, A. **Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior to a Study of Online Course Adoption in Public Relations Education**. Dissertação (Mestrado). Marquette University. Milwaukee: 2009. Disponível em: <[http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1186&context=dissertations\\_mu](http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1186&context=dissertations_mu)>. Acesso em 17/10/2016.

KWAN, G.C. E.; SKORIC, M. M. Facebook bullying: An extension of battles in school. **Computers in Human Behavior**, v. 29, p. 16-25, 2013. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/874b/e618b63dd38b96184f80a49f254a84b92252.pdf>>. Acesso em 05/05/2017.

LENG, et al. An Exploration of Social Networking Sites (SNS) Adoption in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB) And Intrinsic Motivation. **Journal of Internet Banking and Commerce**. V. 16, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/cc8d/132187fa91d54b7555a70bd5ac491be7a37b.pdf>>. Acesso em 26/01/2017.

LIMA, V. M. L. M e D'AMORIM, M. A. M. A relação atitude-comportamento à luz da Teoria da Ação Racional. **Arquivos Brasileiros em Psicologia**. jan-mar; v. 38, n.1, p.133-42. 1986. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/abp/article/view/19238/17972>>. Acesso em: 20/03/2017.

MEDEIROS, C. O. **Intenção de consumo de salada crua em restaurante tipo fast food por estudantes: uma aplicação da teoria do comportamento planejado**. Tese de

doutorado. Unicamp: Campinas, 2014. Disponível em:  
<<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000932892>>. Acesso em:  
02/09/16.

MOUTINHO, K.; ROAZZI, A. As teorias da ação racional e da ação planejada: relações entre intenções e comportamentos. **Avaliação Psicológica**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 279-287, ago. 2010. Disponível em:  
<[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712010000200012&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712010000200012&lng=pt&nrm=iso)>.

NASRI, W. e CHARFEDDINE, L. An Exploration of Facebook.com Adoption in Tunisia Using Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Reasoned Action (TRA). **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**. Disponível em:  
<<http://journal-archievs23.webs.com/948-968.pdf>>.

PELLING, E. L. e WHITE, K. M. **The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking websites**. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, pp. 755-759, 2009. Disponível em: <  
[http://eprints.qut.edu.au/29193/1/White\\_the\\_theory\\_of\\_planned\\_behaviour.pdf](http://eprints.qut.edu.au/29193/1/White_the_theory_of_planned_behaviour.pdf)>. Acesso em:  
18/12/16.

PIMENTEL, C. E. et al. Psicologia da era virtual: estrutura das atitudes frente ao Facebook. **Pesquisas e práticas psicossociais**, São João del Rei, v. 11, n. 2, p. 310-324, dez. 2016. Disponível em  
<[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-89082016000200004&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082016000200004&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 06/05/2017.

ROSA, G. A M. e. Facebook: negociação de identidades, medo de se expor e subjetividade. 2012. 144f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em:<>. Acesso em 05/05/2017.

ROAZZI, A. et al. Da Teoria da Ação Racional à Teoria da Ação Planejada: Modelos para explicar e prever o comportamento. **Revista AMAzônica**. Ano7, v. 13, n. 1, 2014, Jan-Jun, pág. 175-208. Disponível em: <<http://ieaa.ufam.edu.br/wp-files/revistas/2/files/2014-1/t8-2014-1-p175-208.pdf>>.

SAERI, A. K. et al. Predicting Facebook users' online privacy protection: Risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior. **The Journal of Social Psychology**. v. 154, n. 4, p. 352-369, 2014. Disponível em:  
<<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00224545.2014.914881>>. Acesso em  
26/01/2017.

SANTANA, V. F. de et al. Redes Sociais Online: Desafios e Possibilidades para o Contexto Brasileiro. **Redes Sociais Online: Desafios e Possibilidades para o Contexto Brasileiro**. In: CSBC 2011. Bento Gonçalves (RS), p. 339-353, 2009. Disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/semish/2009/013.pdf>>.

SEBASTIÃO, G. C. de O. e LAMPKOWSKI., M. **Intertemas**, Presidente Prudente, v. 5, n.5, 2009. Disponível em:  
<<http://intertemas.unitedo.br/revista/index.php/ETIC/article/view/2146/2336>>.

SHELDON, P. Facebook friend request: applying the theory of reasoned action to student-teacher relationships on Facebook. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v. 60, n. 2, p. 269-285, jun, 2016. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2016.1164167?journalCode=hbem20>>.

SMITH, L. L. **The antecedents of changing Facebook content for employment: an application of the theory of reasoned action**. Tese de Doutorado. Colorado State University. Fort Collins, Colorado, 2010. Disponível em: <[https://dspace.library.colostate.edu/bitstream/handle/10217/39112/2010\\_Summer\\_Smith\\_Lindsey.pdf?sequence=1](https://dspace.library.colostate.edu/bitstream/handle/10217/39112/2010_Summer_Smith_Lindsey.pdf?sequence=1)>.

SUGANUMA, N. Using electronic media before sleep can curtail sleep time and result in self- perceived insufficient sleep. **Sleep and Biological Rhythms**, n. 5, v.3, p. 204 – 214, julho, 2007.

VEIGA, R. T. e MONTEIRO, P. R. R. **Antecedentes Comportamentais da Intenção de Parar de Fumar segundo a Teoria do Comportamento Planejado**. Trabalho apresentado no XXIX EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. Brasília: 2005. Disponível em: <[http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad\\_2005/MKT/2005\\_MKTB2189.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2005/MKT/2005_MKTB2189.pdf)>.

## **CAPÍTULO 2: CRENÇAS ACERCA DO FACEBOOK: UMA ANÁLISE ATRAVÉS DA TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA**

### **RESUMO**

Esta pesquisa teve como objetivo compreender as crenças referentes ao uso do *Facebook* à luz da Teoria da Ação Planejada. Foram realizadas entrevistas com 29 estudantes de instituições de ensino superior pública e privada da cidade de Maceió, com idade entre 19 e 37 anos (M = 24,8; DP = 5,98). Os dados foram transcritos e transformados em um corpus para análise no software IRAMUTEQ. Foram realizadas a Análise Hierárquica Descendente e Análise de Similitude. A partir da Classificação Hierárquica Descendente (CHD), foram analisados 281 segmentos de texto (ST). Os resultados encontrados referentes às crenças evocadas sobre o uso do *Facebook*, retendo 83,25% do total, geraram três classes: “crenças comportamentais positivas”, considerando como principal vantagem o contato com as pessoas; “crenças comportamentais negativas”, em que os sujeitos indicam despendido muito tempo no *Facebook*, “crenças de controle”, referentes a percepção de que com uma internet

de boa velocidade e um *smartphone* podem ter o acesso à rede social facilitado. Os resultados da Análise de Similitude, indicaram a associação do *Facebook*, palavra central, com as palavras “saber”, “acesso”, “informação”, “negativo”, “internet” e “celular”. Foi possível evidenciar, em linhas gerais, que o uso do *Facebook* está atrelado ao objetivo principal de interligar e facilitar a comunicação entre as pessoas e, secundariamente, como fonte de notícias ou busca por vagas de emprego, por exemplo. O software mostrou-se útil e eficaz para análise de conteúdo das entrevistas.

**Palavras-chave:** crenças, redes sociais, Facebook, Teoria Ação Planejada.

### ABSTRACT

This research aimed to understand the beliefs regarding the use of Facebook in light of the Theory of Planned Action. Interviews were conducted with 29 students from public and private higher education institutions in the city of Maceió, aged between 19 and 37 years ( $M = 24.8$ ,  $SD = 5.98$ ). The data were transcribed and transformed into a corpus for analysis in the IRAMUTEQ software. The Descending Hierarchical Analysis and Similitude Analysis were performed. From the descending hierarchical classification (CHD), 281 text segments (ST) were analyzed. The results found regarding the evoked beliefs about the use of *Facebook*, retaining 83.25% of the total, generating three classes: "positive behavioral beliefs", considering as main advantage the contact with people; "Negative behavioral beliefs," the subjects believe they spend a lot of time on *Facebook*, "beliefs of control," because they believe that with a good speed internet and a *smartphone* can facilitate access to the social network. The results of the Similitude Analysis indicated the association of Facebook, the central word, with the words "know", "access", "information", "negative", "internet" and "cellular". It was possible to show, in general terms, that the use of *Facebook* is linked to the main objective of interconnecting and facilitating communication between people and, secondarily, as news source or search for job openings, for example. The software proved to be useful and effective for content analysis of interviews.

**Keywords:** beliefs, social networks, Facebook, Theory of Planned Behavior.

### INTRODUÇÃO

As redes sociais, e mais particularmente o *Facebook*, são hoje meios de comunicação muito populares em todo mundo. Dados divulgados em 2016 pelo *Facebook* afirmam que o mesmo possui uma média diária de 1,19 bilhão de pessoas ativas, sendo 82 milhões somente no Brasil (STATISTA, 2017).

Alguns estudos vêm sendo desenvolvidos no intuito de compreender o comportamento dos usuários na rede, bem como as consequências de seu uso. Joinson (2008) realizou uma pesquisa cujo objetivo foi o de analisar os padrões de uso e gratificações obtidas através da rede social. A maioria dos respondentes afirmou que gasta entre 1 e 2 horas no Facebook (33,3%), entre 2 e 5 horas (32,5%), uma proporção relativamente pequena de usuários alegou gastar menos de 1 hora por semana (16,9%) ou entre 5 e 10 horas (11,0%) no site. Os

usuários justificaram suas respostas afirmando que utilizam o Facebook para manter contato com amigos que moram longe de casa e conversar com amigos que perderam contato.

Lampe, Ellison e Steinfield (2007) afirmam que jovens adultos usam o *Facebook* para manter os relacionamentos que existem fora da rede social, sendo pouco provável que o utilizem para iniciar novos relacionamentos. Segundo Lenhart e Madden (2007), adolescentes e, em particular as meninas, dizem que usam esses sites para combinar passeios com amigos que veem frequentemente ou para ficar em contato com amigos que eles veem pouco. Neste mesmo estudo, as meninas relatam usar esses sites para reforçar os relacionamentos pré-existentes, enquanto os meninos dizem que o usam para flertar ou fazer novos amigos. Gonzales e Hancock (2011) analisaram o efeito do uso do *Facebook* sobre a autoestima. Os resultados demonstraram que ser autoconsciente, olhar para o próprio perfil no *Facebook*, melhora a autoestima mais do que diminui. De acordo com essas pesquisas, a rede social afeta a vida dos usuários de maneira diferente, a depender do grupo social, do gênero e do padrão de uso da rede, inúmeras possibilidades e objetivos de utilização existem.

Relativamente ao uso inadequado do *Facebook*, um dos tipos mais frequentes é sua utilização no ambiente de trabalho durante o expediente. Segundo Barbosa e Oliveira (2014), este comportamento tem efeito direto na produtividade, devido principalmente à perda de tempo e comprometimento da segurança da rede corporativa. Segundo estes autores a principal consequência deste comportamento é a demissão por justa causa. De acordo com Ferrer (2011), pelo menos 72% das empresas ao redor do executam algum tipo de bloqueio no acesso ao *Facebook* pelos seus funcionários.

O *Facebook*, assim como outras redes sociais, torna fácil e prática a criação de um perfil, sem a necessidade de qualquer comprovação da identidade de quem o está criando. Assim, a criação de um perfil com informações falsas, seja de pessoas famosas ou aleatórias, que utilizam nomes e fotos para criar um personagem real ou se passar por alguém, vem sendo frequente. Geralmente, esse tipo de uso tem como finalidade espionar outros perfis ou ainda insultar e praticar cyberbullying – a prática de violência através de insultos e ameaças por meio da internet - com outros usuários (KWAN e SKORIK, 2013).

Por outro lado, o uso eficaz da rede também pode trazer benefícios em diversos aspectos, como no processo de ensino-aprendizagem, por exemplo. Ferreira, Correia e Torres (2013) afirmam que o *Facebook* é uma ferramenta que pode ser utilizada como um ambiente virtual de aprendizagem formal, em que alunos e professores podem trocar



conhecimento, permitindo uma aprendizagem colaborativa, interativa e com diversas oportunidades pedagógicas.

As consequências em utilizar o *Facebook* dependem centralmente de como e onde os usuários fazem uso deste. Uma forma de melhor compreender o comportamento dos usuários é através do estudo das crenças. As crenças têm sido bastante estudadas na Psicologia Social e sua importância se deve ao fato de serem um dos componentes das atitudes (SILVA et al, 2005). As atitudes por sua vez, vem sendo amplamente estudadas devido a sua forte relação com o comportamento (MYERS, 2014).

As crenças podem ser entendidas como representações mentais relacionadas a processos cognitivos, emocionais e conativos. Não se pode ter uma atitude em relação a um objeto se não houver alguma representação cognitiva a seu respeito, ou seja, é preciso conhecê-lo. Ninguém pode manifestar uma reação pró ou contra aquilo que desconhece (BOTASSINI, 2015).

Segundo Fishbein e Ajzen (1975), as crenças referem-se à probabilidade subjetiva de uma pessoa de fazer julgamentos sobre algum aspecto discriminável de seu mundo. Especificamente os autores definem as crenças como a probabilidade subjetiva de uma relação entre o objeto da crença e outro objeto, valor conceito ou atributo.

Fishbein e Ajzen (1975), objetivando ampliar o conhecimento sobre as crenças, atitudes e sua relação com o comportamento, desenvolveram a Teoria da Ação Racional (TAR). Ao propor a TAR, os autores indicaram claramente seu desejo de estabelecer uma teoria que explicaria e anteciparia o comportamento social dos indivíduos. A TAR postula que o comportamento depende da intenção comportamental, que depende de atitudes comportamentais e normas subjetivas. Poucos anos depois, foi modificada pela adição de um novo componente, o controle comportamental percebido, e se tornou a Teoria da Ação Planejada (TAP) (Ajzen, 1991).

Desde o seu desenvolvimento, essas duas teorias têm sido amplamente utilizadas em uma multiplicidade de pesquisas empíricas de diversas áreas, estabelecendo-se como uma das principais teorias no estudo da relação comportamento-atitude

A atitude é formada pelas crenças acerca das consequências de um determinado comportamento e pela avaliação dessas consequências, isto é, os indivíduos associam as consequências às ações que seriam as crenças, e atribuem um valor a essas consequências, que seria a avaliação. A norma subjetiva, é determinada pelas crenças normativas da pessoa, ou seja, pelo grau de importância que dado à opinião de pessoas ou grupos de pessoas importantes para a mesma e por sua motivação. Na formação da norma subjetiva, cada

crença normativa é ponderada pela motivação correspondente para se conformar (GODIN, 2012).

Uma crença de controle consiste em uma estimativa da probabilidade de que um determinado fator que facilite ou dificulte a adoção do comportamento estará presente ou ausente ao realizar ações. A importância de um fator de controle está na expressão do grau de influência que a presença desse fator de controle tem na decisão de executar a ação ou não (AJZEN, 1991).

Desta forma, a TAP fornece uma base para o estudo das crenças, permitindo fazer uma análise mais detalhada acerca dos fatores relacionados ao uso do *Facebook*. Diante deste contexto, conhecer as crenças sobre o uso do *Facebook* torna-se essencial para a compreensão das atitudes e comportamentos dos usuários diante desta rede social. Sendo assim, o presente estudo teve como objetivo analisar as crenças referentes ao uso do *Facebook*.

## MÉTODO

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 29 usuários do *Facebook*, alocados por conveniência, sendo 20 mulheres (69%) e 9 homens (31%), com faixa etária compreendida entre 19 e 37 anos (média de 24,8 anos e desvio padrão de 5,98). Do total, 20 sujeitos eram do curso de Psicologia (60%) e 9 (31%) do curso de Enfermagem.

Os participantes foram questionados sobre: as vantagens e desvantagens de utilizar o *Facebook* (crenças comportamentais), as pessoas que aprovariam ou desaprovavam o uso do *Facebook* (crenças normativas), e os fatores que poderiam contribuir ou dificultar a utilização do *Facebook* (crenças de controle).

As entrevistas foram gravadas em áudio mediante autorização dos participantes e posteriormente transcritas na íntegra. Os dados foram inseridos no IRAMUTEQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), um programa de licença livre, que permite fazer análises estatísticas sobre corpus textuais e sobre tabelas indivíduos-palavras. Este programa ancora-se no software R (R *Development Core Team*, 2012) e na linguagem de programação *python* ([www.python.org](http://www.python.org)). As análises feitas pelo IRAMUTEQ são consideradas qualitativas, tendo em vista que analisam as palavras utilizadas no discurso, bem como quantitativas, pois são analisadas pela frequência e pelo método estatístico inferencial do qui-quadrado (MARCHAND e RATINAUD, 2012).

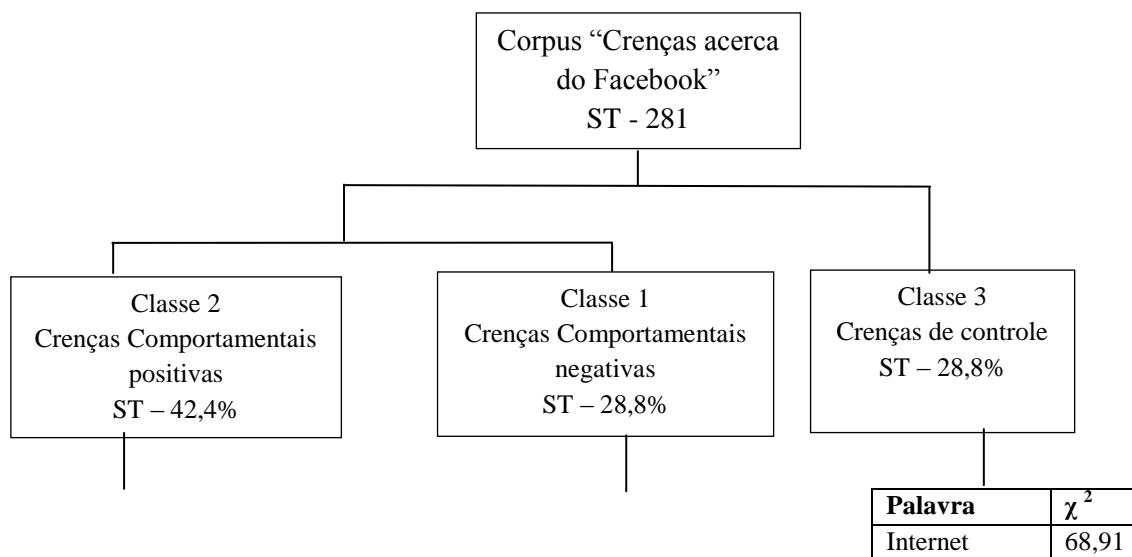
O material textual decorrente da entrevista foi organizado em um único *corpus*. O conteúdo textual contido nesse corpus foi submetido à Análise Hierárquica Descendente (CHD), cujo objetivo é classificar os Segmentos de Texto (ST) - os ambientes das palavras - divididos em função dos seus respectivos vocabulários, e o conjunto dos mesmos é particionado em função da frequência das formas reduzidas. Esta análise permite obter classes com palavras que são semelhantes entre si e separadas do vocabulário dos segmentos das outras classes (CAMARGO e JUSTO, 2016).

Posteriormente os dados foram submetidos à análise de similitude. Esta análise visa compreender a proximidade e as relações entre os elementos de um conjunto, sob a forma de árvores máximas (MARCHAND e RATINAUD, 2012).

Todos os aspectos éticos foram seguidos de acordo com a Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Alagoas sob Parecer de número 1.941.145. Os estudantes só participaram após assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, demonstrando interesse em participar da pesquisa.

## RESULTADOS

As respostas à entrevista que abordava o que os participantes pensam acerca do uso do *Facebook* compuseram o corpus “Crenças acerca do uso *Facebook*”, o qual foi constituído por 203 textos que se desdobraram em 281 segmentos de texto. Destes, 83,25% foram retidos na CHD realizada com o auxílio do software IRAMUTEQ. Após a lematização, foram identificadas 1.227 formas distintas, que ocorreram numa frequência média de 9,11. A CHD particionou o corpus em três classes (Figura 1).



Palavra	$\chi^2$
Positivo	23,16
Consequência	22,29
Informação	21,52
Vantagem	17,43
Trazer	11,4
Amigo	8,95
Social	8,84
Notícia	8,84
Bom	8,84
Útil	8,45
Comunicação	8,45
Achar	8,17

Palavra	$\chi^2$
Coisa	23,0
Deixar	23,1
Veza	16,9
Desvantagem	17,1
Ficar	18,2
Gente	8,5
Mundo	7,2
Acabar	4,5
Perda	4,3
Passar	4,0
Entender	3,4

Celular	65,45
Computador	30,4
Falta	22,05
Aplicativo	18,01
Acessar	16,68
Wifi	15,34
Lugar	14,07
Notebook	12,71
Dificultar	11,5
Dispositivo	10,11
Tablet	10,11
Dado	10,11

Figura 1. Dendograma da classificação hierárquica descendente do corpus Crenças acerca do Facebook.

Inicialmente ocorreram 2 partições no *corpus*: as crenças comportamentais e as crenças de controle. Em seguida as crenças comportamentais foram fragmentadas em crenças comportamentais positivas e negativas. A classe 1, nomeada como “Crenças Comportamentais Negativas”, foi responsável por 28,8% dos ST. O conteúdo desta classe está relacionado à atitude e envolve crenças relativas à avaliação das consequências desvantajosas em utilizar o *Facebook*. As principais palavras desta classe foram: coisa, deixar, vez, desvantagem, ficar, gente, mundo, acabar, perda, passar, entender. Os trechos a seguir ilustram esse contexto:

*“Eu acho que uma desvantagem é que ele consome muito tempo da pessoa às vezes você deixa de fazer outra coisa até importante como estudar e tal para você estar ali no Facebook porque e é uma desvantagem que pode se tornar até um vício e aí você não consegue ficar sem acessar o Facebook.”*  
(18 anos, Estudante de Psicologia)

*“As desvantagens em utilizar o facebook a exposição eu acho que [...] é essa exposição talvez que nós temos ou queremos ter ao colocar alguma coisa porque você ali você*

*escreve algo que alguém vai ler, que alguém pode criticar ou não[...]”.*

*(24 anos, Estudante de Psicologia)*

A classe 2, que corresponde às “Crenças Comportamentais Positivas”, foi responsável por 42,4% dos ST. Os principais elementos que se relacionaram a esta classe foram: Positivo, consequência, informação, vantagem, trazer, amigo, social, notícia, bom, útil, comunicação, achar. O conteúdo desta classe retrata as vantagens percebidas pelos sujeitos em utilizar o Facebook. Os trechos a seguir ilustram esse contexto:

*“A vantagem é de acesso mais rápido as pessoas os amigos e também atualizar com o que está acontecendo assim as pessoas mais próximas da gente essas pessoas geralmente colocam mais coisas no facebook do que geralmente ligando falando pessoalmente.”*

*(24 anos, Estudante de Psicologia)*

*“[...]vantagens para ficar informado sobre várias coisas e o que está acontecendo no mundo saber da vida do povo também e para se comunicar só.”*

*(21 anos, Estudante de Psicologia)*

A Classe 3 corresponde às “Crenças de controle” e foi responsável por 28,8% dos ST. Os principais elementos que se relacionaram a esta classe foram: internet, celular, computador, acessar, lugar, fácil, facilitar, aplicativo, *notebook*, *wifi*, dado, dispositivo, tender, casa e *tablet*. O conteúdo desta classe retrata a percepção do sujeito frente ao controle sobre o comportamento em questão, relacionam-se às crenças da existência de fatores que podem facilitar ou dificultar a emissão do comportamento, ou seja, quanto maior for a percepção de possuir recursos e menor a percepção de dificuldades maior será o controle comportamental. Os trechos que expressam esse contexto são apresentados a seguir:

*“Você pode acessar ele de qualquer dispositivo tablet celular computador notebook e os lugares*

*estão cada vez mais tendo uma internet livre e fácil para você se você chega num restaurante hoje e pedir o wifi eles vão te dar a senha do wifi para você usar”.*

(24, estudante de Enfermagem)

*“A falta da internet uma internet lenta porque ele é um aplicativo pesado um dispositivo ultrapassado porque os celulares os Androids que são os sistemas operacionais estão cada vez mais atualizados e eles vão tirando também alguns aplicativos para não rodar mais nos Androids já fiz isso de desinstalar aplicativos para liberar mais espaço para usar o facebook e comprar mais pacote de internet quando acabava o pacote que a operadora liberava por dia eu comprava mais”.*

(23, Estudante de Psicologia)

Pode-se observar que as crenças normativas não formaram uma classe. Isso pode ser explicado provavelmente pelo fato das respostas terem sido muito curtas, com o uso de uma ou duas palavras ou não terem sido respondidas de forma clara. Possivelmente, dado o uso exponencial e frequente das RSO, não faz parte dos repertórios de crenças salientes, a percepção de interferências externas sobre o comportamento de acesso ao *Facebook*. Alguns relatos mencionam atenção e preocupação dos pais/familiares/amigos acerca do uso desta ferramenta, contudo, a baixa frequência desses discursos não permitiu a partição de uma classe.



possível inferir a estrutura de construção do texto e temas de relativa importância (CAMARGO e JUSTO, 2013). Assim, pela Análise de Similitude, foi possível verificar a forte relação existente entre as palavras. A palavra “saber” aparece com o sentido de conhecer a realidade, saber o que está acontecendo no mundo ao redor, está em relação com as palavras notícia, conhecer, olhar, amizade entre outras. As crenças normativas aparecem como uma ramificação da palavra saber e traz as palavras mãe, pai, marido, reclamar, este dado sugere que estas são as pessoas que os sujeitos consideram a opinião sobre acessar o *Facebook* impotente.

Outras palavras de destaque são “negativo” e “positivo”, exposição, tempo, estudar, hora, trabalho, as palavras em coocorrência com estas denotam as principais consequências percebidas pelos sujeitos em utilizar o *Facebook*, referindo-se às crenças comportamentais. As palavras acesso, internet e celular, estão dentro de um mesmo núcleo, em forte relação com computador, notebook; e informação em outro núcleo, com relação com jornal, meio, comunicação, conversar. Embora estas palavras formem pequenos núcleos separados elas emergem de uma mesma ramificação, a palavra “acesso” o que leva a crer que estas palavras estão relacionadas aos fatores de controle que ajudam ou dificultam o indivíduo no acesso ao *Facebook*.

## **Discussão**

De acordo com os resultados apresentados foi possível perceber que a crença comportamental relacionada ao *Facebook* refere o mesmo como uma “fonte de informação e divulgação de notícias”, “rede de contatos” como principais vantagens percebidas pelos participantes. Esses achados contradizem o que afirmam Zago e Bastos (2013), que analisaram a visibilidade de notícias através de RSO, e encontraram que o *Facebook* é utilizado majoritariamente para conteúdos ligados ao entretenimento e curiosidades, embora esta RSO possa potencializar a replicação de notícias, essa não é considerada a sua função principal, sendo esta função mais utilizada em outras redes sociais. Conforme também pontuam Finardi e Pimentel (2013), o *Facebook* é percebido como uma importante fonte de entretenimento e diversão sendo considerado como uma ferramenta de comunicação a ser usada com amigos feitos fora das redes sociais, colegas de classe e familiares, na tentativa de diminuir as distâncias geográficas, corroborando com a crença de “rede de contatos”. Esses dados condizem com os achados de Lenhart e Madden (2007), que afirmam que adolescentes e principalmente as meninas dizem que usam esses sites para combinar



passeios com amigos de contato frequente ou para ficar em contato com amigos que não veem com tanta frequência.

As crenças de controle foram percebidas pelos participantes principalmente como “ter um celular sempre à mão”, “ter uma boa qualidade de internet” como os fatores que mais interferem na realização do comportamento. Esses dados confirmam os achados de Ferreira e Mota (2014) em que a maior dificuldade em acessar esse tipo de serviço era a disponibilidade de acesso à internet, pois alguns não possuíam internet em casa ou não tinham disponível em outros locais como a escola, prejudicando a participação em outras atividades que necessitavam dessa tecnologia. A palavra “celular” ocorreu com bastante frequência. Aqui ela aparece com o sentido de *smartphone* que, como afirma Moran (2012), diferente dos celulares simples estes são mais avançados, inovadores e chamativos, fazendo com que seja a principal forma de acesso ao *Facebook* atualmente. Wasserman et al (2012) explicam que a busca e uso de tecnologias mais atualizadas como *smartphone*, reprodutores de mídias, jogos interativos, tablets, entre outros, evidenciou-se nos últimos anos na população e como principal consequência disso está o surgimento de tendências aditivas referentes ao uso de internet e RSO.

### **Considerações Finais**

Este estudo buscou compreender as crenças dos usuários referentes ao uso do *Facebook*. O papel desempenhado pelas crenças tem sido de bastante relevância para compreensão de comportamentos sociais. A TAP mostra-se como uma importante teoria capaz de fornecer uma base sólida para o estudo das crenças.

Essa pesquisa procurou identificar, por meio das crenças, os fatores envolvidos na utilização desta rede social. As crenças centrais referem-se ao principal objetivo das redes sociais de interligar e facilitar a comunicação entre as pessoas. No entanto observa-se que são atribuídas outras funções secundárias como fonte de notícias ou busca por vagas de emprego, por exemplo. Fica claro para os participantes desta pesquisa que o *Facebook* é uma ferramenta capaz de unir vários elementos em um só lugar, permitindo assim o acesso aos mais diferentes serviços.

Os resultados apresentados oferecem informações importantes, por meio do estudo das crenças dos usuários do *Facebook*, de que esta RSO é reportada não somente vinculada à manutenção de contato interpessoal e a possibilidade de novos contatos, mas também como uma ferramenta de divulgação de notícias e espaço para discussões. Esses resultados

possibilitam uma reflexão sobre a utilização desta rede como ferramenta para o estudo de diferentes aspectos do comportamento, seja para a área educacional, no sentido de avaliar novas formas de interação e aprendizagem, seja para a área da psicologia, como meio de acesso a representações, crenças e comportamentos diversos. Nesta mesma direção, em função do potencial de divulgação, esses resultados podem ser úteis também para que profissionais de áreas como jornalismo e comunicação social, possam dedicar mais esforços na divulgação não só de matérias jornalísticas, como também conteúdos de entretenimento voltados para grupos mais específicos.

No que se refere ao *software* utilizado para analisar as entrevistas, o IRAMUTEQ, o conjunto de resultados aqui apresentados evidenciam suas qualidades para futuras investigações. A utilização deste tipo de *software* permite reduzir possíveis erros provocados pela subjetividade do pesquisador ao agrupar os dados em classes. Desta forma, são criadas classes precisas que consideram a frequência das palavras dentro de um mesmo contexto, bem como o grau de relação entre elas por meio do qui-quadrado, além de criar gráficos que permitem melhor visualizar os resultados.

Apesar das contribuições apresentadas, esta pesquisa possui algumas limitações que podem ser sanadas em estudos posteriores. Sugere-se que futuras investigações considerem a análise do uso desta rede em contextos específicos como na educação, no ambiente de trabalho, por exemplo. Seria interessante verificar também outras populações considerando a relevância de dados como idade, gênero, nível educacional e seu papel na percepção da utilização do *Facebook*. A ampliação das informações relativas ao uso de RSO se faz importante na medida em que é crescente esse formato contemporâneo de inter-relação entre as pessoas.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v.50, n.2, p.179-211, 1991.

BARBOSA, A. N; OLIVEIRA, R. R. de. A utilização da rede social Facebook no ambiente de trabalho durante o horário de expediente. **Revista de Iniciação Científica da Libertas**, v. 4, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.libertas.edu.br/revistas/index.php/riclibertas/article/viewFile/53/49>>. Acesso em 23/01/2017.

BOTASSINI, J. O. M. A importância dos estudos de crenças e atitudes para a sociolinguística. **Signum: Estudos da Linguagem**, v.18, n.1, p. 102-131, 2015.

CAMARGO, B. V; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 23 jan. 2018. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2013.2-16>.

FERREIRA, J. L; CORRÊA, B. R. P. G.; TORRES, P. L. O uso pedagógico da rede social Facebook. **Colabor@-A Revista Digital da CVA-RICESU**, v. 7, n. 28, 2013. Disponível em: <<http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/view/199>>. Acesso em 15/03/2017.

FERRER, R. 72% das Empresas proíbem o acesso ao Facebook, diz pesquisa. **Revista Exame.com**. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/72-das-empresas-proibem-o-acesso-ao-facebook-diz-pesquisa/>>. Acesso em 03/05/2017.

FINARDI, K. R; PIMENTEL, B. Crenças de professores de inglês sobre o uso do Facebook. **Revista (Con) Textos Linguísticos**, v. 7, n. 8.1, p. 238-253, 2013. Disponível em: <<http://www.portaldepublicacoes.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/6015/4409>>. Acesso em 13/11/2017.

FISHBEIN, I. e AJZEN, M. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to Theory and Research**. Addison-Wesley: Reading, 1975.

GODIN, G. **Les comportements dans le domaine de la santé: comprendre pour mieux intervenir**. Montréal: Les Presses de L'Université de Montréal, 2012. 328 p.

GONZALES A. L, HANCOCK J.T. Mirror, mirror on my Facebook wall: effects of exposure to facebook on self-esteem. **Cyberpsychol Behav Soc Netw**, n. 14, p.1-2, 2011.

JOINSON, A. N. "Looking at", "Looking up" or "Keeping up" with People? Motives and Uses of Facebook. CHI 2008 Proceedings · Online Social Networks, Florença, Itália, Abril, 2008. Disponível em: <[http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson\\_Facebook.pdf](http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson_Facebook.pdf)>. Acesso em: 19/10/2017.

KWAN, G.C. E.; SKORIC, M. M. Facebook bullying: An extension of battles in school. **Computers in Human Behavior**, v. 29, p. 16-25, 2013. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/874b/e618b63dd38b96184f80a49f254a84b92252.pdf>>. Acesso em 05/05/2017.

LAMPE, C; ELLISON, N; e STEINFELD, C. A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. In: **Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work**. ACM, 2006. p. 167-170. Disponível em: <[https://msu.edu/~steinfie/CSCW\\_Facebook.pdf](https://msu.edu/~steinfie/CSCW_Facebook.pdf)>. Acesso em 01/11/2017.

LENHART A. e MADDEN M. **Social networking websites and teens: an overview**. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project Retrieved; 2007. Disponível em: <[https://msu.edu/~steinfie/CSCW\\_Facebook.pdf](https://msu.edu/~steinfie/CSCW_Facebook.pdf)>. Acesso em 01/11/2017.

MARCHAND, P; RATINAUD, P. L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels: les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française (septembre-octobre

2011). **Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles. JADT**, v. 2012, p. 687-699, 2012. Disponível em: <http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt2012/Communications/Marchand,%20Pascal%20et%20al.%20-%20L'analyse%20de%20similitude%20appliquee%20aux%20corpus%20textuels.pdf>.

MORAN, J. M. Tablets e netbooks na educação. **Acedido em Fevereiro**, v. 2, p. 2013, 2012.

MYERS, D. G. Comportamento e atitudes. In: **Psicologia social**; tradução: Daniel Bueno, Maria Cristina Monteiro e Roberto Cataldo Costa. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

SILVA, A. M. B. e ENUMO, S. R. F. Descrição e análise de uma intervenção psicológica com bailarinos pelo Software IRAMUTEQ. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 25, n. 2, p. 577-593, jun. 2017. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-389X2017000200011&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2017000200011&lng=pt&nrm=iso). Acesso em 23/11/2017. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2017.2-11Pt>.

SILVA, G. R. et al. Um estudo das crenças no que concerne à utilização de Armas de fogo enquanto causa da violência/agressividade. **Revista Virtú (UFJF)**, v. 1, p. 7, 2005. Disponível em: <http://www.ufjf.br/virtu/files/2010/03/artigo-1a7.pdf>. Acesso em 15/11/2017.

STATISTA. **Distribution of Facebook users worldwide as of January 2017, by age and gender**. 2017. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>. Acesso em 25/11/2017.

WASSERMAN, C. et al. Redes sociais: um novo mundo para os idosos. **RENOTE**, v. 10, n. 1, 2012. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/viewFile/30863/19222>. Acesso em 16/02/2018.

ZAGO, G da S; BASTOS, M. T. Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. **Brazilian journalism research**, v. 9, n. 1, p. 116-133, 2013. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/510/445>. Acesso em 13/11/2017.

### **CAPÍTULO 3: ANÁLISE DOS DETERMINANTES DA INTENÇÃO DE UTILIZAR O FACEBOOK**

#### **RESUMO**

Este estudo tem como objetivo identificar os fatores preditores das intenções comportamentais de utilizar o *Facebook* tomando como base os preceitos da Teoria da Ação Planejada. Em uma primeira etapa do estudo, foram entrevistados 29 sujeitos, estudantes universitários de ambos os sexos de uma instituição pública e outra privada, a fim de fazer

um levantamento das crenças salientes como base para a construção de um instrumento a ser aplicado em uma segunda etapa, o Questionário de Atitudes e Normas frente ao Uso do *Facebook* (QANUF). Na segunda etapa, a amostra foi constituída por 309 sujeitos, sendo 63,1% do sexo feminino (n=195), 36,9% do sexo masculino (n=114). A idade variou entre 18 e 56 anos (M= 28,45; DP=7,515). Na primeira etapa, os resultados principais reportaram 3 classes de crenças sobre o uso do *Facebook*, a primeira denominada crenças de controle, sobre as crenças acerca das facilidades e dificuldades em executar o comportamento, a segunda crenças comportamentais negativas, crenças que avaliam as consequências negativas e crenças comportamentais positivas, que avaliam as consequências positivas. A segunda etapa apresenta evidências de validade do Questionário de Normas e Atitudes frente ao *Facebook* – QANUF, um instrumento composto por 2 fatores, o primeiro corresponde às normas subjetivas. Foram evidenciadas correlações positivas entre as atitudes favoráveis ao uso do *Facebook* e a frequência de acesso semanal. As normas subjetivas não apresentaram correlações significativas com a utilização do *Facebook*. Concluiu-se que o uso do *Facebook* é influenciado por fatores atitudinais e normativos. Estes achados que podem ser utilizados para ajudar a compreender os fatores envolvidos no uso do *Facebook* e auxiliar a criação de medidas que visem evitar o uso prejudicial.

**Palavras-chave:** *Facebook*, Teoria da Ação Planejada, atitude.

#### ABSTRACT

The aim of this study was to identify the factors that influence how space intentions are used, based on the precepts of the Theory of Planned Action. In a first stage of the study, 29 subjects were interviewed, university students of both sexes from a public and private institution, an aim to make a survey of salient beliefs as the basis for a construction of an instrument to be applied in one step, an Attitude and Norms towards the Use of *Facebook* Questionarie (QANUF). In the second stage, a sample consisted of 309 subjects, 63.1% female (n = 195), 36.9% male (n = 114). Age ranged from 18 to 56 years (M = 28.45, SD = 7.515). In the first step, the main results reported 3 classes of beliefs about the use of *Facebook*, a first denominated control beliefs, about how beliefs about the facilities and difficulties in executions of the behavior, a second negative behavioral beliefs, beliefs that evaluate as consequences negative behaviors and positive behavioral beliefs, which evaluate as positive consequences. The second step presents evidence of validity of the ANUF Scale, an instrument composed of 2 factors, the first one being subject to subjective norms. Positive correlations were evidenced between attitudes favorable to the use of *Facebook* and the frequency of weekly access. As subjective norms did not present significant correlations with the use of *Facebook*. It was concluded that the use of *Facebook* is influenced by attitudinal and normative factors. These findings that can be used to help ascertain the factors involved are not used by *Facebook* and help create measures to avoid harmful use.

**Keywords:** *Facebook*, Theory of Planned Behavior, attitude.

#### INTRODUÇÃO

O *Facebook* é das redes sociais mais importantes do mundo. De acordo com Ferreira e Filho (2015), os usuários relatam ter preferência de uso pela rede social *Facebook*, seja em

sua versão para computador, seja em sua versão *Messenger*, que se configura em forma de aplicativo para aparelhos móveis, em detrimento do mensageiro instantâneo *WhatsApp*. No *Facebook*, um usuário informa seu perfil e cria um mural. Este mural é alimentado pelo "status" de seus "amigos" regularmente atualizados de acordo com o investimento que eles dão ao *Facebook*. Mas ao contrário de um blog cujas produções editoriais são controladas apenas por seu autor e na periferia os comentadores, a página de perfil de um membro não é exclusivamente pessoal, pois na verdade agrega atualizações de status de amigos, isto é, outros membros da rede social constituídos pelo indivíduo.

Embora o *Facebook* seja utilizado prioritariamente para manter contatos com amigos o seu uso vai além disso. Um exemplo disso é apresentado no estudo de Ferreira, Corrêa e Torres (2013), que demonstra que o *Facebook* pode ser utilizado como uma ferramenta pedagógica, auxiliando no processo de ensino-aprendizagem. Os alunos pesquisados afirmaram que o *Facebook* possui vários aplicativos educacionais que tornam a rede social mais atrativa facilitando o processo educacional de modo mais informal e funcional.

No entanto por se tratar de uma grande rede social o seu uso também pode trazer alguns malefícios. Em virtude da grande quantidade de informações pessoais que ficam disponíveis na rede, entra em questão a privacidade. Nosko, Wood e Molema (2010) realizaram um estudo acerca da divulgação de dados pessoais no *Facebook*. A idade e o status do relacionamento eram fatores importantes na determinação da divulgação. À medida que a idade aumentava, a quantidade de informações pessoais em perfis diminuía. Aqueles que estavam em busca de um relacionamento estavam em maior risco de ameaça e revelaram a maior quantidade de informações altamente sensíveis. De acordo com esses autores, quanto maior a quantidade de informações descobertas maior o risco de fraudes e outras práticas criminosas envolvendo os dados dos usuários.

Na mesma direção, Azevedo e Medina (2014) investigaram as consequências percebidas relativas ao uso do *Facebook* em universitários. O afastamento da leitura foi a principal consequência percebida pelos estudantes que afirmaram a presença de dificuldades de aprendizagem devido ao uso intenso desta rede social *online* - RSO. Estes estudos demonstram que o uso *Facebook* pode trazer tanto benefícios quanto malefícios, e a depender do uso, da intensidade e da quantidade de informações disponíveis a sua utilização pode ser tanto positiva quanto negativa.

Desta forma, estudar o comportamento de utilização desta RSO se faz bastante importante, uma vez que, seu uso indevido pode gerar prejuízos para o usuário. Que fatores estão envolvidos no tipo de uso que os sujeitos fazem do *Facebook*? Como explicar o tempo

despendido nesta RSO? Essas questões demonstram a complexidade com se deparam os estudiosos da área em predizer ou explicar o comportamento das pessoas.

De acordo com Wicker (1969), provavelmente os comportamentos não estão diretamente relacionados às crenças e aos pensamentos, os psicólogos sociais vêm então buscando analisar a relação atitude-comportamento, bem como o seu poder preditivo. Nos últimos anos as principais estratégias teórico-metodológicas nesta área têm desenvolvido modelos integrados que incluem alguns determinantes adicionais, como as intenções e as normas sociais na explicação do comportamento. Pode-se dizer que os mais relevantes modelos nesta perspectiva consistem na Teoria da Ação Racional (TAR) e Teoria da Ação Planejada (TAP) (Armitage e Conner, 2001).

A TAP (Ajzen, 1991) é uma extensão da TAR (Fishbein e Ajzen, 1975). Nesse modelo, a realização do comportamento deve depender diretamente da intenção do indivíduo de adotá-lo. Essa teoria se adapta particularmente aos comportamentos cuja adoção está amadurecida, cujas consequências positivas e negativas podem ser antecipadas. Na TAR, a intenção admite duas variáveis preditoras: a atitude em relação ao comportamento e a norma subjetiva. Na TAP, uma terceira variável, denominada controle comportamental percebido, é adicionada como antecedente da intenção para levar em consideração o fato de que, mesmo que os indivíduos tenham uma atitude bastante favorável em relação ao comportamento, mesmo que eles pensem que sua adoção seria aprovada por aqueles que os cercam, eles podem não sentir a habilidade ou a liberdade de adotar esse comportamento (AJZEN, 1991).

Os três antecedentes de intenção (atitudes em relação ao comportamento, normas subjetivas e a percepção de controle sobre o comportamento) devem ser derivados de crenças armazenadas na memória. No absoluto, cada antecedente é construído como uma combinação linear das intensidades de cada crença ponderada pela avaliação de sua importância para o indivíduo. A atitude, isto é, a avaliação mais ou menos favorável do comportamento, é derivada das crenças sobre as consequências prováveis da realização comportamental (crenças comportamentais) ponderadas pela avaliação da conveniência dessas consequências para o indivíduo. As normas subjetivas são derivadas de crenças sobre as expectativas normativas do ambiente social do indivíduo, avaliadas em termos do grau de aprovação ou desaprovação (crenças normativas) ponderadas pela propensão a estarem em conformidade com as expectativas daqueles ao seu redor. A percepção do controle sobre o comportamento é determinada pelas crenças sobre o controle que o indivíduo pensa ter sobre os fatores que podem afetar o desempenho comportamental (crenças de controle)

ponderadas pela avaliação da importância desses fatores. Isso resulta em uma avaliação global da possibilidade de realizar o comportamento (AJZEN, 1991).

A TAP permite fazer o levantamento das crenças sendo relevantes as que o indivíduo tem mais acesso na memória, chamadas de crenças salientes. Isso permite uma melhor compreensão do comportamento em questão. Além disso, a teoria, através do desenvolvimento de um questionário, permite identificar os fatores que mais estão associados à intenção de emitir tal comportamento (MEDEIROS, 2014). Por esses motivos, a TAP vem sendo amplamente utilizada, para explicar o comportamento das pessoas, inclusive o comportamento de utilização das RSO.

Com o objetivo de analisar a relação entre as RSO e os determinantes da intenção comportamental de utilizar e permanecer utilizando as redes sociais em um alto nível de uso, Pelling e White (2009) realizaram uma pesquisa com jovens de 17 a 24. No geral, o estudo revelou que um alto nível de uso das RSO é influenciado tanto pelas atitudes, como pelas normas subjetivas e de auto identidade (se a pessoa se considerava o tipo de pessoa que usa redes sociais), sugerindo que adultos com uma atitude favorável e que sentem pressão das pessoas próximas tendem a usar as redes sociais com mais frequência. Já o controle comportamental percebido não apresentou correlação com a intenção e o comportamento. De acordo com estes autores, isso pode ser explicado devido ao alto controle volitivo das pessoas sobre o uso de RSO, tendo em vista a sua facilidade de acesso. Na mesma direção, Chin, Lu, e Wu, (2015), objetivando explorar a motivação e o comportamento dos usuários do *Facebook* em clicar no botão "Curtir", analisaram os comportamentos de 743 usuários universitários do *Facebook* usando a teoria motivacional e a TAP. Os pesquisadores descobriram que a motivação teve um impacto positivo nas atitudes em relação ao dar um "Like" - comportamentos de cliques; as normas e atitudes subjetivas em relação aos comportamentos de "curtir", todos tiveram um impacto positivo na intenção comportamental, e a intenção comportamental teve um impacto positivo nos comportamentos reais. Essas descobertas fornecem uma base valiosa para a construção de um modelo explicativo para comportamentos de usuários do *Facebook*, além de oferecerem contribuições práticas significativas para aumentar os benefícios sociais e comerciais para empresas e indivíduos que utilizam essa RSO.

Desta forma, este estudo tem como objetivo identificar os fatores preditores da intenção comportamental de utilizar o *Facebook* tomando como base os preceitos da TAP.



## MÉTODO

Seguindo o modelo metodológico proposto por Fishbein e Ajzen (1975) e Francis (2004), o estudo foi desenvolvido em duas etapas: primeiramente, realizou-se o levantamento das crenças salientes acerca do comportamento de utilizar o *Facebook*, dados que embasaram a construção do instrumento utilizado na segunda etapa.

O levantamento dos dados obedeceu a todos os passos necessários à realização de uma pesquisa científica com seres humanos, sendo aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Alagoas, com parecer de número 1.971. 145 e a obtenção da concordância dos sujeitos em participar do estudo, conforme preconiza a Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde - CNS.

### Etapa 1

Nesse primeiro momento foram realizadas entrevistas com 29 sujeitos de ambos os sexos para a identificação das crenças. A amostra foi composta por estudantes de ambos os sexos dos cursos de Psicologia e Enfermagem de instituições de ensino superior pública e privada. Os entrevistados responderam às questões referentes às crenças comportamentais e avaliação das consequências: “o que você considera como vantagens em utilizar o *Facebook*?”, “o que você considera como desvantagens em utilizar o *Facebook*?” e “Quais as possíveis consequências que o uso do *Facebook* pode trazer? (positivas ou negativas)”. Referentes às crenças normativas: “que pessoas lhe vêm à mente que se preocupam com o tempo que você passa acessando o *Facebook*?”, “que pessoas e/ou grupos desaprovam que você utilizasse o *Facebook*?” e por último referente às crenças de controle: “quais os fatores que facilitam o acesso ao *Facebook*?” e “quais os fatores que dificultariam o acesso *Facebook*?”.

As respostas dos estudantes foram transcritas para proceder à análise de conteúdo através do *software* IRAMUTEQ. De acordo com Aquino (2015), este *software* organiza as palavras características do discurso por classes, auxiliando o trabalho do pesquisador na sistematização dos dados. Este *software* viabiliza diferentes tipos de análise de dados textuais, desde aquelas bem simples, como a lexicografia básica, que abrange sobretudo a lematização e o cálculo de frequência de palavras; até análises multivariadas como classificação hierárquica descendente (CHD), a principal função utilizada nesta pesquisa, análise pós-fatorial de correspondências e análises de similitude. Através desse *software*, o vocabulário pode ser organizado de forma a facilitar a compreensão e tornar visualmente

mais claro por meio de representações gráficas pautadas nas análises lexicográficas (CAMARGO e JUSTO, 2016).

### *Resultados*

Após a transcrição das entrevistas, as respostas das perguntas foram agrupadas em um único *corpus*. Por sua vez, as respostas do *corpus* foram divididas pelo *software* em 3 classes, de acordo com a semelhança das palavras. As 3 classes possuíam crenças comportamentais, crenças normativas e crenças de controle: a classe 1, nomeada como “Crenças Comportamentais Negativas”, foi responsável por 28,8% dos ST. O conteúdo desta classe está relacionado à atitude e envolve crenças relativas à avaliação das consequências desvantajosas em utilizar o *Facebook*. A classe 2, corresponde às “Crenças Comportamentais Positivas”, foi responsável por 42,4% dos ST e o conteúdo desta classe retrata as vantagens percebidas pelos sujeitos em utilizar o *Facebook*. A Classe 3 corresponde às “Crenças de controle” e foi responsável por 28,8% dos ST. O conteúdo desta classe retrata a percepção do sujeito frente ao controle sobre o uso do *Facebook*, relacionam-se às crenças da existência de fatores que podem facilitar ou dificultar a emissão do comportamento.

Em cada uma das classes foi possível extrair segmentos típicos de texto relacionados àquela palavra dentro daquela classe. Cada segmento típico de texto serviu de base para a construção dos itens do questionário.

Para complementar os resultados desta etapa foi realizada também a Análise de Similitude, através dessa análise é possível observar a relação entre as palavras e o grau de conexão entre as palavras dentro da classe como também a ligação entre as várias classes (MENDES et al, 2016). Por meio dessa análise conseguiu-se perceber quais pessoas cuja opinião é considerada importante com relação ao uso do *Facebook*, sendo elas, “mãe” e “pai” e em menor número “marido”.

### **Etapa 2**

Nesta fase do estudo, contou-se com a colaboração de 309 sujeitos, sendo 63,1% do sexo feminino (n=195), 36,9% do sexo masculino (n=114). A idade variou entre 18 e 56 anos (M= 28,45; DP=7,515). Com relação ao estado civil, 78,3% se declararam solteiros, 18,8% casados e 2,6% viúvos. Quanto à escolaridade, 0,3% possuem o ensino fundamental completo, 5,8% o ensino médio completo, 23,9% o ensino superior incompleto, 54,7% o ensino superior completo e 15,2% pós-graduação completa.

O instrumento utilizado foi elaborado a partir dos resultados da primeira etapa, sendo delineado e ancorado pelos construtos teóricos da TAP. O questionário original foi

composto por 50 itens distribuídos para avaliação dos constructos: Comportamento, Intenção, Atitude, Norma Subjetiva e Controle Comportamental Percebido acerca do uso do *Facebook*. Foi utilizada escala de respostas tipo *Likert* de 7 pontos, sendo 1, discordo totalmente e 7, concordo totalmente.

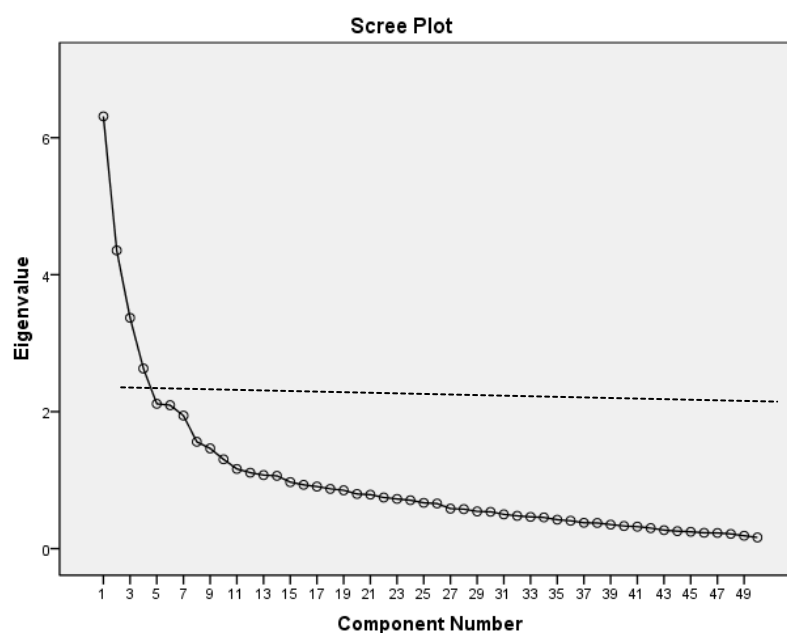
### **Análise de dados**

Com o objetivo de avaliar o modelo experimental do Questionário de Atitudes sobre o Uso do *Facebook* (ANUF), foram realizadas análises fatoriais exploratórias e análises da confiabilidade interna dos fatores indicados pela análise fatorial. Para analisar as relações entre as variáveis e a intenção comportamental em utilizar o *Facebook*, foram realizadas análises de correlação de *Spearman*. Os dados foram tabulados e analisados através do SPSSWIN (versão 19).

## **RESULTADOS**

### **Análise Fatorial Exploratória (AFE) e análise de confiabilidade**

Como procedimentos iniciais foram testados os índices estatísticos da matriz de correlações dos itens do questionário através do teste de KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) e do teste de esfericidade de *Bartlett* (medidas que analisam a adequação dos dados para serem submetidos a uma análise fatorial) (HAIR et al., 2009). Os testes estatísticos apresentaram resultados satisfatórios (KMO = 0,736;  $X^2$  5706,598,  $p = 0,000$ ). Procedeu-se então uma análise fatorial dos componentes principais, com rotação *varimax*, sem especificar o número de fatores. Obteve-se uma estrutura composta por 14 fatores, o que evidenciou a necessidade de utilizar o diagrama de declividade (*screeplot*) como critério para avaliar a dimensionalidade do instrumento, não obstante, o instrumento tenha sido delineado com base nos 4 construtos teóricos da TAP (Field, 2009; Damásio, 2012) (Figura 1).



**Figura 1.** Diagrama de Declividade do QANUF

O *screeplot* demonstra a existência de 4 dimensões acima da curva. Decidiu-se, então, explorar uma solução fatorial disposta em 4 fatores. Os resultados evidenciaram um modelo composto por normas subjetivas relativas ao uso do *Facebook* em um fator ( $\alpha = 0,80$ ), atitudes negativas relativas ao uso do *Facebook* ( $\alpha = 0,60$ ) em um segundo fator, atitudes positivas relativas ao uso do *Facebook* ( $\alpha = 0,66$ ) em um terceiro fator e um quarto fator composto por itens de atitudes e intenção comportamental frente ao uso do *Facebook* ( $\alpha = 0,50$ ) (Tabela 1).

**Tabela 1.** Estrutura Fatorial do QANUF disposta em 4 fatores

Itens	Fator Normas Subjetivas	Fator Atitudes Negativas	Fator Atitudes Positivas	Fator Atitudes/Intenção
13. Penso no que os meus amigos vão achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>	0,696	0,348		
10. Penso no que a minha família vai achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>	0,649			
4. Penso no que a minha família vai achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>	0,639			
21. Penso no que os meus amigos vão achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>	0,621			
35. Penso no que a minha família vai achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>	0,618			
41. Penso no que os meus amigos vão achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>	0,534			

28. Minha/Meu companheira(o) acha que eu devo controlar o acesso ao <i>Facebook</i>	0,514			
12. Acessar o <i>Facebook</i> compromete a minha privacidade		0,644		
17. O uso do <i>Facebook</i> atrapalha o rendimento profissional		0,559		
48. O uso do <i>Facebook</i> atrapalha o rendimento profissional		0,366		
24. Acredito que o uso do <i>Facebook</i> afasta as pessoas do contato real		0,318		
34. Acessar o <i>Facebook</i> pode auxiliar no contato com amigos			0,681	
50. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a encontrar pessoas que perdi o contato			0,599	
6. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a comprar ou vender algum bem ou serviço			0,542	
31. Utilizo o <i>Facebook</i> porque é uma rede social de fácil acesso			0,494	
2. Acessar o <i>Facebook</i> pode auxiliar na divulgação de um evento			0,474	
19. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a encontrar pessoas que perdi o contato			0,433	
22. O acesso ao <i>Facebook</i> pode prejudicar se não usado adequadamente			0,412	
33. Acredito que quando não acesso o <i>Facebook</i> fico desatualizado			0,349	
20. O uso do <i>Facebook</i> ajuda a vender um bem mais rapidamente			0,302	
29. Utilizo o <i>Facebook</i> porque é uma rede social segura				0,655
40. Acessar o <i>Facebook</i> pode auxiliar numa busca por vaga de emprego				0,592
42. Eu planejo permanecer usando o <i>Facebook</i>				0,552
47. Acreditar que as minhas informações pessoais estão seguras facilita o meu acesso ao <i>Facebook</i>				0,489
25. Através do uso do <i>Facebook</i> minhas ideias tem um maior alcance				0,461
26. Acredito que é importante utilizar o <i>Facebook</i>				0,414
30. Acessar o <i>Facebook</i> pode me manter informado acerca das notícias				0,408
36. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar no Trabalho				0,394
39. Eu tenho a intenção de acessar o <i>Facebook</i>				0,385
3. Utilizar o <i>Facebook</i> traz mais benefícios do que malefícios				0,357
45. Ao usar o <i>Facebook</i> posso conhecer pessoas com interesses em comum				0,319
46. As pessoas cujas opiniões são importantes para mim apoiam que eu utilize o <i>Facebook</i>				0,313
<i>Eigenvalue</i>	4,656	4,510	4,159	1,431
% de variância explicada	9,129	8,842	8,156	6,727
alpha de Cronbach	,80	,60	,66	,50

Esses resultados permitem observar que os indicadores 2, 3 e 4 apresentaram índices de consistência interna insatisfatórios. Conforme afirmam, (Nunally, 1978; Hair et al.,

2009), um nível mínimo de 0,7 para o alfa de Cronbach é necessário para ser considerado satisfatório. É possível se verificar também a ausência de saturação das dimensões de controle comportamental e intenção comportamental. Por essas razões, foi gerada uma AFE em 2 dimensões (Tabela 2).

**Tabela 2.** Estrutura Fatorial do QANUF em 2 dimensões, médias e desvios-padrão (DP)

Os resultados apresentados na Tabela 2, evidenciaram um modelo composto apenas por normas subjetivas relativas ao uso do *Facebook* em um fator ( $\alpha = 0,81$ ) e atitudes relativas ao uso do *Facebook* ( $\alpha = 0,80$ ) em um segundo fator, indicando que este segundo modelo possui uma consistência interna satisfatória.

Para analisar a adesão dos participantes aos indicadores do questionário, foi realizada a análise das médias e desvios-padrão (Tabela 2). O construto Atitude apresentou uma média

Itens	Fator 1	Fator 2
	Atitudes	Normas Subjetivas
31. Utilizo o <i>Facebook</i> porque é uma rede social de fácil acesso	,572	
8. Postar no <i>Facebook</i> é mais fácil do que falar diretamente a uma pessoa	,509	
6. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a comprar ou vender algum bem ou serviço	,493	
22. O acesso ao <i>Facebook</i> pode prejudicar se não usado adequadamente	,485	
25. Através do uso do <i>Facebook</i> minhas ideias tem um maior alcance	,474	
34. Acessar o <i>Facebook</i> pode auxiliar no contato com amigos	,446	
38. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a manter o contato com parentes e amigos que moram longe	,429	
50. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a encontrar pessoas que perdi o contato	,416	
30. Acessar o <i>Facebook</i> pode me manter informado acerca das notícias	,404	
13. Penso no que os meus amigos vão achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>		,681
10. Penso no que a minha família vai achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>		,666
4. Penso no que a minha família vai achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>		,623
21. Penso no que os meus amigos vão achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>		,574
37. Meus amigos acham que eu devo controlar o acesso ao <i>Facebook</i>		,550
28. Minha/Meu companheira(o) acha que eu devo controlar o acesso ao <i>Facebook</i>		,527
35. Penso no que a minha família vai achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>		,510
41. Penso no que os meus amigos vão achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>		,459
<i>Eigenvalue</i>	6,363	4,383
% de variância explicada	10,552	10,518
alpha de Cronbach	,80	,81
Média (Desvio-padrão)	4,70 (1,11)	3,89 (1,39)

de 4,70 (DP= 1,11), representando um grau de importância razoável atribuído pelos respondentes com relação às consequências da utilização do *Facebook*. Na Norma Subjetiva foi encontrada uma média de 5,01 (DP=1,24), que corresponde à concordância dos respondentes às Crenças Normativas.

Com o objetivo de verificar a relação entre os diferentes construtos e a intenção em utilizar o *Facebook*, além da frequência de uso e as variáveis sociodemográficas, realizou-se uma análise de correlação de *Spearman*. Optou-se pelo teste de correlação de *Spearman*, pois os testes não-paramétricos são poderosos substitutos dos testes paramétricos, especialmente nos casos em que as amostras são pequenas, naqueles em que a distribuição dos dados não é normal ou ainda quando ocorrem dados discrepantes (*outliers*) (PONTES, 2010).

**Tabela 3.** Correlação entre os constructos, a frequência de uso e as variáveis sociodemográficas

	Tenho intenção de utilizar o <i>Facebook</i>	Eu planejo permanecer usando o <i>Facebook</i>	Frequência de uso do <i>Facebook</i> por semana	Tempo de uso do <i>Facebook</i> por dia
Atitudes	0,094	0,068	<b>0,112</b>	0,000
Normas	-0,086	0,069	0,016	0,012
Idade	0,100	-0,001	0,030	<b>-0,125</b>
Sexo	-0,102	-0,04	<b>-0,124</b>	-0,006
Estado Civil	0,051	0,070	-0,020	-0,016
Escolaridade	<b>0,154</b>	0,058	-0,100	<b>-,115</b>

Através da análise da Tabela 3, foram encontradas correlações parciais entre variáveis. As atitudes frente ao uso do *Facebook* apresentaram-se correlacionadas com a frequência de uso semanal, indicando que quanto mais as atitudes são favoráveis maior será o uso semanal do *Facebook*. A idade dos participantes apresentou correlação positiva com o tempo de uso por dia, o que significa que com o avançar da idade as pessoas dispendem mais tempo no *Facebook* diariamente. A variável sexo também apresentou correlação com a frequência de uso do *Facebook* por semana. Neste caso as mulheres utilizam com maior frequência quando comparadas com os homens. A escolaridade apresentou-se correlacionada com a intenção de utilizar o *Facebook* e com o tempo de uso por dia, isso significa que quanto mais alto o nível

de escolaridade maior a intenção em utilizar o *Facebook* e menos tempo de uso o sujeito dispende diariamente.

## DISCUSSÃO

O objetivo deste estudo foi identificar os fatores que influenciam as intenções comportamentais de utilizar o *Facebook*, tomando como base os preceitos da TAP. Para alcançar este objetivo, fez-se necessário o desenvolvimento de um instrumento que pudesse avaliar tais fatores determinantes do comportamento de utilizar o *Facebook*. Foi realizada uma análise da confiabilidade de um instrumento desenvolvido para o estudo. Os achados demonstram que se trata de um instrumento conceitualmente válido, compreensível para os participantes, e coerente nos atributos que mensura.

No entanto, foi possível observar que o questionário não mostrou consistência para avaliar o controle comportamental e a intenção, apenas as atitudes e normas mostraram consistência. A subescala de controle comportamental e intenção apresentou um alpha baixo, mas já esperado dado apresentar apenas 4 itens cada (Nunnally, 1978). Desta forma o instrumento não foi capaz de mensurar a intenção comportamental em utilizar o *Facebook*. Sendo o controle comportamental, um dos construtos que formam a base da TAP, pode-se afirmar que a TAP pode não ser o melhor modelo para avaliar este comportamento. Isto pôde ser observado após a exclusão dos itens referentes a esses dois construtos e a melhora no índice do alpha de Cronbach dos fatores restantes. Estudos realizados com RSO e que utilizaram o modelo da TAP como suporte teórico revelaram que as atitudes e as normas subjetivas tiveram maior influência sobre o comportamento, sendo baixa a correlação entre o controle comportamental percebido e a intenção ou comportamento relacionado às RSO (Pelling e White, 2009; Leng et al, 2011; Baker e White, 2010; Darvel et al, 2011; e Saeri et al, 2014). De acordo com estes pesquisadores, o controle comportamental percebido não aparece como um preditor significativo de intenções ou do comportamento de utilizar uma RSO. À medida que o efeito do controle comportamental diminui, o nível de volição aumenta, isso pode ser explicado devido ao alto controle volitivo das pessoas sobre o uso de RSO, dada a sua acessibilidade.

Como afirmam Moutinho e Roazzi (2010), a correlação entre intenções e comportamento não é perfeita, embora as pessoas ajam usualmente de acordo com suas intenções.



Desta forma, a hipótese inicial deste estudo foi confirmada parcialmente. Esperava-se, com base nos pressupostos teóricos, que as atitudes, as normas subjetivas e o controle comportamental percebido poderiam se relacionar com a intenção ou com o comportamento de uso do *Facebook*, no entanto, foi encontrada uma correlação positiva, embora baixa, entre a atitude e o comportamento em si, como apontam os estudos de Pimentel, Gouveia e Vasconcelos (2005) em que há uma relação direta entre a atitude e o comportamento.

Foi encontrada correlação entre o sexo e o uso do *Facebook*, corroborando com pesquisas realizadas anteriormente, McAndrew e Jeong (2012) afirmam que as mulheres passavam mais tempo no *Facebook*, tinham mais amigos na RSO e eram mais propensas a usar fotos de perfil para o gerenciamento de impressões. A idade dos participantes correlacionou positivamente com o tempo de uso por dia, ou seja, com o avançar da idade as pessoas dispõem mais tempo por dia no *Facebook*. Esse achado é contrário ao que indicam pesquisas anteriores. De acordo com Pelling e White (2009) os jovens são o grupo que mais acessa as redes sociais, por utilizarem a maioria das funções da RSO, este achado pode explicar porque as pessoas mais novas a avaliam mais positivamente do que as de mais idade. Foi encontrada correlação entre a escolaridade e a intenção de utilizar o *Facebook* e com o tempo de uso por dia, isso significa que quanto mais alto o nível de escolaridade maior a intenção em utilizar o *Facebook* e menos tempo de uso por dia o sujeito dispõe diariamente e não foram encontradas evidências acerca da relação entre o nível de escolaridade e a intenção comportamental de usar o *Facebook* ou uma RSO.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria que serviu de base para este estudo foi a TAP, que parte da premissa de que o comportamento é influenciado por uma intenção comportamental, sendo que esta é precedida por atitudes face ao comportamento, normas subjetivas e controle comportamental percebido.

A despeito da validação do QANUF, a utilização de um *software* capaz de realizar a análise do discurso dos entrevistados, possibilitou minimizar possíveis vieses na construção dos itens que compuseram o QANUF. Confirmando o que vem sendo apresentado com frequência nas investigações sobre o comportamento estudado, os resultados da presente pesquisa demonstraram que a intenção não pôde ser medida através dos itens que foram criados, bem como o controle comportamental percebido considerado um fator que não

possui grande interferência sobre as intenções e sobre este comportamento. Os dados aqui encontrados levantam a questão de que não seria mais apropriado investigar esse comportamento por meio da TAR? Pesquisas futuras, poderiam vir a confirmar isso. Por outro lado, os outros dois construtos atitudes e normas subjetivas mostraram-se bons preditores do comportamento de acessar o *Facebook*, sendo que a atitude obteve uma correlação mais forte, o que nos leva a pensar que para os sujeitos pesquisados a pressão social percebida não é relevante na decisão de executar o comportamento em questão.

Algumas limitações incluem que os participantes eram em grande parte estudantes universitários e predominantemente mulheres, e estudos com amostras mais heterogêneas podem vir a trazer resultados que auxiliem na compreensão deste comportamento.

No geral, o presente estudo forneceu algum suporte para a aplicação do modelo da TAP no contexto do uso do *Facebook*. Este estudo possibilitou também o desenvolvimento de um instrumento (QANUF) que se constituiu em uma medida válida e precisa. Em pesquisas científicas, o QANUF pode ser utilizada para avaliar as atitudes e normas frente ao uso do *Facebook*, podendo também ser utilizada para verificar possíveis relações com outros construtos.

Os resultados apresentados podem ser utilizados para ajudar a compreender os fatores envolvidos no uso do *Facebook* e auxiliar a criação de medidas que visem evitar o uso prejudicial, bem como subsidiar a criação de possíveis estratégias para visem modificar altos níveis de utilização desta RSO, bem como ajudar na criação de novas funcionalidades.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v.50, n.2, p.179-211, 1991.

ARMITAGE, Christopher J.; CONNER, Mark. Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. **British journal of social psychology**, v. 40, n. 4, p. 471-499, 2001.

AQUINO, J. S. **As representações sociais acerca do Ensino Superior a distância da UFES: a percepção de egressos dos Cursos de Administração e Física**. 2015. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo. Disponível em: <>. Acesso em 02/03/2018.

AZEVEDO, D. e MEDINA, A. L. **Dependência ou Autonomia? Um estudo sobre o comportamento dos universitários do Rio de Janeiro no Facebook**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXI Prêmio Expocom, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/expocom/EX43-0299-1.pdf>>. Acesso em 15/10/16.

BAKER, R.K. e WHITE, K.M. Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective. **Computers in Human Behavior**, n. 26, v.6. p. 1591-1597, 2010. Disponível em: <<http://eprints.qut.edu.au/34221/1/c34221.pdf>>. Acesso em 26/01/2017.

CAMARGO, B. V; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 23 jan. 2018. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2013.2-16>.

CHIN, C.; LU, H; WU, C. Facebook users' motivation for clicking the " like " button. **Social Behavior and Personality: An International Journal**, v. 43, n. 4, p. 579-593, 2015.

DAMÁSIO, B. F. Uso da análise fatorial exploratória em psicologia. **Avaliação psicológica**, v. 11, n. 2, 2012. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712012000200007](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712012000200007)>. Acesso em 09/03/2018.

DARVEL, M. J et al. Facebook Tells Me So: Applying the Theory of Planned Behavior to Understand Partner-Monitoring Behavior on Facebook. **Cyberpsychology, behavior, and social networking**, v. 14, n. 12, p. 717-722, 2011. Disponível em: <<http://online.liebertpub.com/doi/pdfplus/10.1089/cyber.2011.0035>>. Acesso em 26/01/2017.

FERREIRA, J. L; CORRÊA, B. R. P. G.; TORRES, P. L. O uso pedagógico da rede social Facebook. **Colabor@-A Revista Digital da CVA-RICESU**, v. 7, n. 28, 2013. Disponível em: <<http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/view/199>>. Acesso em 05/05/2017.

FIELD, A. **Discovering statistics using SPSS**. Sage publications, 2009.

FISHBEIN, I. e AJZEN, M. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to Theory and Research**. Addison-Wesley: Reading, 1975.

FRANCIS, J.J. et al. **Constructing questionnaires based on the theory of planned behavior: a manual for health services researchers**. United Kingdom: Centre for Health Service Research. May, 2004. 42p.

HAIR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. Bookman Editora, 2009.

LENG, et al. An Exploration of Social Networking Sites (SNS) Adoption in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB) And Intrinsic Motivation. **Journal of Internet Banking and Commerce**. V. 16, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/cc8d/132187fa91d54b7555a70bd5ac491be7a37b.pdf>>. Acesso em 26/01/2017.

MCANDREW, F.T.; JEONG, H. S. Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. **Computers in Human Behavior**, v. 28, n. 6, p. 2359-2365, 2012. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212002075>>. Acesso em 12/03/2018.

MEDEIROS, C. O. **Intenção de consumo de salada crua em restaurante tipo *fast food* por estudantes: uma aplicação da teoria do comportamento planejado**. Tese de Doutorado. Unicamp. Campinas: 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/256228>>. Acesso em 26/02/2016.

MENDES, F. R. P. et al. Representações sociais dos estudantes de enfermagem sobre assistência hospitalar e atenção primária. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 69, n. 2, p. 343-350, Apr. 2016. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-71672016000200343&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672016000200343&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 28/03/2018. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167.2016690218i>.

NOSKO, A; WOOD, E; e MOLEMA, S. All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of *Facebook*. **Computers in Human Behavior**, v. 26, n. 3, p. 406-418, 2010. Disponível em: <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.elsevier-05f3c449-b8c4-347b-8fed-2e5cac3337d5> >.

NUNNALLY, J. C. Psychometric methods. 1978.

PELLING, E. L. e WHITE, K. M. **The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking websites**. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, pp. 755-759, 2009. Disponível em: <[http://eprints.qut.edu.au/29193/1/White\\_the\\_theory\\_of\\_planned\\_behaviour.pdf](http://eprints.qut.edu.au/29193/1/White_the_theory_of_planned_behaviour.pdf)>. Acesso em: 18/12/16.

PIMENTEL, C. E; GOUVEIA, V. V.; VASCONCELOS, T. C. Preferência musical, atitudes e comportamentos anti-sociais entre estudantes adolescentes: Um estudo correlacional. **Estudos de Psicologia**, v. 22, n. 4, p. 403-413, 2005. Disponível: <<http://www.redalyc.org/pdf/3953/395336344008.pdf>>.

PONTES, Antonio Carlos Fonseca. Ensino da correlação de postos no ensino médio. **Anais do**, 2010.

SAERI, A. K. et al. Predicting Facebook users' online privacy protection: Risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior. **The Journal of Social Psychology**. v. 154, n. 4, p. 352-369, 2014. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00224545.2014.914881>>. Acesso em 26/01/2017.

WICKER, Allan W. Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. **Journal of Social issues**, v. 25, n. 4, p. 41-78, 1969.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conjunto de estudos teórico e empíricos desenvolvidos na presente dissertação teve como ponto de partida o reconhecimento de que o comportamento de utilizar o *Facebook* é influenciado por vários fatores. Esta pesquisa teve o objetivo de analisar os fatores determinantes da intenção de utilizar o *Facebook*, tomando como base os preceitos da Teoria da Ação Planejada. Essa pesquisa se justificou tomando como base os estudos que apontavam que esta RSO repercute na vida de seus usuários de maneira variada e as consequências desse uso vai depender do contexto em que é utilizada e a frequência do seu uso.

Para cumprir o objetivo geral foram delineados objetivos específicos de modo a atender o objetivo principal. Dessa forma, a presente pesquisa seguiu um caminho teórico e metodológico de modo a alcançá-los. E por meio da literatura aqui discutida evidenciou-se que o *Facebook* é uma rede social de grande impacto. O comportamento de uso desta RSO, bem como de seus determinantes vem sendo investigado desde o seu crescimento em número e importância. E o estudo desta RSO, vem conquistando o interesse dos pesquisadores do campo da Psicologia Social.

O primeiro objetivo específico foi desenvolver uma revisão de literatura. Essa revisão permitiu clarificar algumas questões referentes a uso desta RSO. Quais os principais fatores que influenciam o uso das RSO? Quais as principais consequências do uso desta rede? Esta parte da pesquisa permitiu discutir o que a literatura traz como consequências positivas, como a utilização para fazer e manter contatos, iniciar relacionamentos, utilizá-la como ferramenta pedagógica auxiliando no processo de ensino-aprendizagem. A TAP, entre outras teorias atitudinais, surge como uma teoria importante no auxílio da compreensão, bem como na predição de comportamentos nas RSO. Os estudos revelaram que atitudes e normas subjetivas possuem grande influência sobre as intenções de utilizar RSO, em especial o *Facebook*, enquanto o controle comportamental percebido aparece menos relacionado às intenções, suportando as Hipóteses 1 e 2. De acordo com os resultados aqui apresentados, a hipótese 3 não foi confirmada, o que leva a concluir a não adequação do modelo da TAP para estudar o comportamento de utilizar o *Facebook*, sendo a TAR mais adequada.

Estes achados podem auxiliar na escolha entre qual teoria pode explicar melhor este tipo de comportamento em pesquisas futuras, se a TAR ou a TAP, haja vista os estudos realizados até o momento evidenciarem que os usuários possuem um alto controle sobre o seu uso. Desta forma, os resultados encontrados sugerem que a variável controle

comportamental percebido tem pouca ou nenhuma interferência sobre as intenções e comportamentos relacionados ao uso de RSO.

O segundo objetivo foi identificar as crenças relacionadas ao uso do *Facebook*. Por meio da análise das entrevistas foi possível identificar os referentes modais salientes dos sujeitos. A análise destes dados permitiu concluir que para o grupo pesquisado há um equilíbrio entre as vantagens e as desvantagens de utilizar o *Facebook*. Foi observado que há uma crença de que o *Facebook* é uma boa plataforma para difusão de notícias e um espaço para as mais diversas discussões, além de um bom meio para formar redes de contatos. Por outro lado, outros o consideram como uma perda de tempo, e que deveriam dedicar menos tempo ao *Facebook* e mais em outras atividades. Esses resultados podem servir para auxiliar os profissionais que trabalham com programação, *marketing* e afins no sentido de fazer com o *Facebook* continue exercendo o seu papel, e acrescentando maiores funcionalidades, para além de manter o interesse daqueles que já são usuários fiéis, angariar mais usuários e ampliar os grupos de interesse, haja vista esta rede social já estar há 13 anos no ar.

Um dos principais pontos a serem destacados neste estudo foi o desenvolvimento de um instrumento capaz de avaliar as atitudes e normas relativas ao uso do *Facebook* (QANUF). Este instrumento possui parâmetros de confiabilidade e validade satisfatórios. Inicialmente desenvolvido para compor os quatro construtos da teoria, após as análises de confiabilidade verificou-se que o modelo final ficaria composto por dois fatores: atitudes e normas subjetivas, cujos valores apresentados foram satisfatórios. Além de ter contribuído para a presente pesquisa, pode auxiliar no desenvolvimento de outros estudos. Tendo em vista que a utilização de instrumentos confiáveis e validados contribuem para maior exatidão dos dados em pesquisas científicas.

A partir dos dados obtidos por meio do segundo modelo definido, pode-se concluir que os fatores determinantes da intenção de utilizar o *Facebook* são principalmente as normas subjetivas, seguidas pelas atitudes. Desta forma, ao se realizar intervenções educativas com usuários, é importante que as mesmas sejam voltadas para a modificação das variáveis atitude e normas. Espera-se que estes resultados possam auxiliar na criação de medidas que envolvam o uso do *Facebook*.

No entanto, a presente pesquisa apresenta algumas limitações. Primeiramente a amostra da pesquisa foi do tipo não probabilística, havendo restrições em relação à generalização dos resultados obtidos. Outra limitação foi de que houve um predomínio feminino nas amostras, e amostras mais heterogêneas podem vir a ampliar os resultados aqui obtidos.

Como sugestões para pesquisas futuras, recomenda-se a utilização do instrumento elaborado em outras populações, de forma que possa ampliar a compreensão deste fenômeno. Apesar de o instrumento ter sido desenvolvido para avaliar as atitudes e normas referentes ao uso do *Facebook*, ele pode ser utilizado para analisar a correlação entre outros construtos e esse comportamento, como por exemplo valores humanos e traços de personalidade. Por fim, recomenda-se a realização de estudos de intervenção que visam mudanças nas atitudes frente ao uso do *Facebook*.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v.50, n.2, p.179-211, 1991.

FOX, J; MORELAND, J. J. The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. **Computers in Human Behavior**, v. 45, p. 168-176, 2015.

NABI, R. L.; PRESTIN, A. SO, J. Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 16, n. 10, p. 721-727, 2013.

PHUA, J; JIN, S. V; KIM, J. J. Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention. **Telematics and Informatics**, v. 34, n. 1, p. 412-424, 2017.

RODRIGUES, A. A. Redes sociais e manifestações: mediação e reconfiguração na esfera pública. **Jornadas de junho: repercussões e leituras**, p. 32, 2013. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/13359/1/Jornadas%20de%20Junho%20-%20Repercuss%C3%B5es%20e%20Leituras.pdf#page=32>>. Acesso em: 16/03/2018.

THEIS, I. M. A primavera brasileira: em pleno outono? **Jornadas de junho: repercussões e leituras**, p. 54, 2013. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/13359/1/Jornadas%20de%20Junho%20-%20Repercuss%C3%B5es%20e%20Leituras.pdf#page=32>>. Acesso em: 16/03/2018.

VERMELHO, Sônia Cristina et al. Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & Sociedade**, v. 35, n. 126, 2014. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/873/87330638011/>>. Acesso em: 16/03/18.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Eu, ....., tendo sido convidad(o,a) a participar como voluntári(o,a) do estudo “Análise dos preditores psicossociais da intenção de utilizar a rede social Facebook”, recebi do Sr. Jorge Alves dos Santos Júnior, d(a) Dra. Sheyla Christine Santos Fernandes, responsável por sua execução, as seguintes informações que me fizeram entender sem dificuldades e sem dúvidas os seguintes aspectos:

- Que o estudo se destina a: analisar os preditores da intenção comportamental de utilizar a rede social Facebook.
- Que a importância deste estudo é a de contribuir para a compreensão de como a atitude, a norma subjetiva e controle comportamental percebido estão relacionadas com a intenção de utilizar e se manter utilizando no futuro a rede social Facebook.
- Que os resultados que se desejam alcançar são os seguintes: relação da atitude, norma subjetiva e intenção comportamental em utilizar o Facebook.
- Que esse estudo começará e terminará no mesmo dia, sendo que a coleta de dados leva alguns minutos.
- Que o estudo será feito da seguinte maneira: entrevistas abertas individuais e aplicação individual de questionários, podendo ainda ter o áudio gravado, ficando o pesquisador responsável em guardar o material e manter o sigilo das gravações.
- Que eu participarei das seguintes etapas: preenchimento de dados sociodemográficos, questionário para levantamento de crenças salientes e/ou do questionário de intenção de utilização do Facebook, a fim de ser validado.
- Que os incômodos que poderei sentir com a minha participação são os seguintes: pode surgir algum desconforto ao se responder os instrumentos, devido ao caráter pessoal das



perguntas, caso isso aconteça, os pesquisadores atenderão e farão encaminhamento específico de acordo com a necessidade do participante.

Que os possíveis riscos à minha saúde física e mental são: a) quebra de sigilo sobre os meus dados, no entanto, estou ciente que os mesmos estarão disponíveis apenas ao pesquisador responsável e orientador desta pesquisa; b) perda de tempo com a minha participação neste estudo, sendo minimizado pela explicação de todos os passos metodológicos antes da assinatura do TCLE e explicação dos objetivos da pesquisa, estando ciente que a minha participação contribuirá com o desenvolvimento de medidas que possam no futuro minimizar as consequências o acesso abusivo das redes sociais; c) constrangimento por não saber responder algumas ou todas as questões do roteiro de entrevista, minimizado pela liberdade de não responder nada que eu não me convenha, tendo garantias no sigilo das informações obtidas conforme descrito anteriormente.

Que deverei contar com a seguinte assistência: caso haja necessidade o pesquisado pode entrar em contato com o pesquisador através de e-mail e o mesmo informará um Centro de Apoio Psicossocial mais próximo para um encaminhamento mais específico, sendo responsável(is) por ela: Prof. Dr<sup>a</sup>. Sheyla Christine Santos Fernandes e o pesquisador.

Que os benefícios que deverei esperar com a minha participação, mesmo que não diretamente são: contribuição para o estudo do impacto das redes sociais na vida dos jovens brasileiros.

Que a minha participação será acompanhada do seguinte modo: o voluntário da pesquisa poderá responder os questionários online, através do computador, celular ou tablet.

Que eu serei informado do resultado final do projeto e sempre que desejar serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo.

Que, a qualquer momento, eu poderei recusar a continuar participando do estudo e, também, que eu poderei retirar este meu consentimento, sem que isso me traga qualquer penalidade ou prejuízo.

Que as informações conseguidas através da minha participação não permitirão a identificação da minha pessoa, exceto aos responsáveis pelo estudo, e que a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto.

Que eu serei indenizado por qualquer dano que venha a sofrer com a participação na pesquisa.

Que eu receberei uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Finalmente, tendo eu compreendido perfeitamente tudo o que me foi informado sobre a minha participação no mencionado estudo e estando consciente dos meus direitos, das minhas responsabilidades, dos riscos e dos benefícios que a minha participação implicam, concordo em dele participar e para isso eu DOU O MEU CONSENTIMENTO SEM QUE PARA ISSO EU TENHA SIDO FORÇADO OU OBRIGADO.

**Endereço d(o,a) participante-voluntári(o,a)**

Domicílio: (rua, praça, conjunto):

Bloco: /Nº: /Complemento: 14

Bairro: /CEP: Cidade: /Telefone:

Ponto de referência:

**Contato de urgência:** Sr(a). Jorge Alves dos Santos Júnior

Domicílio: Conj. Alfredo Gaspar De Mendonça

Bloco:14

Bairro: Jacarecica /CEP/Cidade: /Telefone: 82 – 99604-4198

Ponto de referência:

**Endereço d(os,as) responsável(is) pela pesquisa (OBRIGATÓRIO):**

Instituição: Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

Instituto de Psicologia

Av. Lourival Melo Mota, s/n, Tabuleiro dos Martins, CEP: 57072-900, Maceió/AL.

**ATENÇÃO: Para informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:**

**Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Alagoas**

**Prédio da Reitoria, 1º Andar , Campus A. C. Simões, Cidade Universitária**

**Telefone: 3214-1041**

Maceió,

--	--

Assinatura ou impressão datiloscópica d(o,a) voluntári(o,a) ou responsável legal e rubricar as demais folhas	Nome e Assinatura do(s) responsável(eis) pelo estudo (Rubricar as demais páginas)
--	--

### APÊNDICE B – INSTRUMENTO DA ETAPA I

#### “ENTREVISTA PARA O LEVANTAMENTO DE CRENÇAS MODAIS SALIENTES REFERENTES AO USO DO FACEBOOK”

##### Roteiro de perguntas norteadoras

1. Quais as vantagens em utilizar o *Facebook*?
2. Quais as desvantagens em utilizar o *Facebook*?
3. Quais as consequências em utilizar o *Facebook*?
4. Que pessoas lhe vêm à mente que se preocupam com o tempo que você passa acessando o *Facebook*?
5. Que pessoas e/ou grupos aprovariam que você utilizasse o *Facebook*?
6. Que pessoas e/ou grupos desaprovava que você utilizasse o *Facebook*?
7. Quais os fatores que facilitaram para que você utilize o *Facebook*?
8. Quais os fatores que dificultariam para que você utilizasse o *Facebook*?

##### Dados sócio demográficos

Idade:

Estado civil:

Escolaridade:

Com que frequência você acessa o Facebook? ( ) Uma vez por dia ( ) Duas a três vezes ao dia ( ) Mais de três vezes por dia

## APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DE ATITUDES E NORMAS FRENTE AO USO DO FACEBOOK - ANUF

Nome: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

**Instruções:** Por favor, responda cada questão abaixo assinalando o número que melhor descreve sua opinião, numa escala que vai de “**discordo plenamente**” a “**concordo plenamente**”.

RESPONDER	DISCORDO TOTALMENTE		←————→		CONCORDO TOTALMENTE		
1. Utilizo o <i>Facebook</i> porque é uma rede social de fácil acesso	1	2	3	4	5	6	7
2. Postar no <i>Facebook</i> é mais fácil do que falar diretamente a uma pessoa	1	2	3	4	5	6	7
3. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a comprar ou vender algum bem ou serviço	1	2	3	4	5	6	7
4. O acesso ao <i>Facebook</i> pode prejudicar se não usado adequadamente	1	2	3	4	5	6	7
5. Através do uso do <i>Facebook</i> minhas ideias tem um maior alcance	1	2	3	4	5	6	7
6. Acessar o <i>Facebook</i> pode auxiliar no contato com amigos	1	2	3	4	5	6	7
7. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a manter o contato com parentes e amigos que moram longe	1	2	3	4	5	6	7
8. Acessar o <i>Facebook</i> pode ajudar a encontrar pessoas que perdi o contato	1	2	3	4	5	6	7
9. Acessar o <i>Facebook</i> pode me manter informado acerca das notícias	1	2	3	4	5	6	7
10. Penso no que os meus amigos vão achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
11. Penso no que a minha família vai achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
12. Penso no que a minha família vai achar antes de curtir a foto de alguém no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
13. Penso no que os meus amigos vão achar antes de fazer um comentário no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
14. Meus amigos acham que eu devo controlar o acesso ao <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
15. Minha/Meu companheira(o) acha que eu devo controlar o acesso ao <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
16. Penso no que a minha família vai achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7
17. Penso no que os meus amigos vão achar antes de postar uma foto no <i>Facebook</i>	1	2	3	4	5	6	7

## APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO

Caro voluntário após a conclusão do questionário gostaríamos que respondesse às questões abaixo:

1. Qual a sua idade?

\_\_\_\_\_

2. Qual seu sexo? ( ) Feminino ( ) Masculino

3. Qual o seu estado civil?

( ) Solteiro(a) ( ) Casado ( ) Divorciado(a) ( ) Viúvo(a)

4. Qual sua escolaridade?

( ) Ensino Fundamental Completo

( ) Ensino Médio Incompleto

( ) Ensino Médio Completo

( ) Ensino Superior Incompleto

( ) Ensino Superior Completo

( ) Pós-graduação Completa

5. Com que frequência você acessa o *Facebook* por semana?

\_\_\_\_\_

6. Com que frequência você acessa o *Facebook* por dia?

\_\_\_\_\_

7. Quantas horas você passa no *Facebook* por dia?

( ) Menos de 1h

( ) Entre 2h-4h

( ) Acima de 4h

8. Onde você costuma acessar o *Facebook*?

( ) Smartphone

( ) Tablet

( ) Computador particular

( ) Computador público

9. Você costuma utilizar a internet em que tipo de rede: (Wifi público, wifi particular, Rede móvel, internet fixa, outros)?

\_\_\_\_\_

**ANEXO - PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFAL**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE  
ALAGOAS

**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

**Título da Pesquisa:** Análise da Intenção de utilizar a rede social Facebook: Uma aplicação da Teoria da Ação Planejada.

**Pesquisador:** Jorge Alves dos Santos Junior

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 64107617.0.0000.5013

**Instituição Proponente:** Instituto de Psicologia

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

**DADOS DO PARECER**

**Número do Parecer:** 1.941.145

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

MACEIO, 23 de Fevereiro de 2017

---

**Assinado por:**  
**Luciana Santana**  
**(Coordenador)**

**Endereço:** Av. Lourival Melo Mota, s/n - Campus A . C. Simões,

**Bairro:** Cidade Universitária

**CEP:** 57.072-900

**UF:** AL

**Município:** MACEIO

**Telefone:** (82)3214-1041

**E-mail:** comitedeeticaufal@gmail.com