

UNIVERSIDADE LISBOA
FACULDADE PSICOLOGIA



**EFEITOS DO TIPO DE UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK E INSTAGRAM
SOBRE A QUALIDADE DAS RELAÇÕES E A INFIDELIDADE:
PRECIPITANTE OU MEDIADOR?**

Sara Lopes Almeida

MESTRADO INTEGRADO EM PSICOLOGIA
(Secção de Psicologia Clínica e da Saúde/ Núcleo de Psicologia Cognitiva-
Comportamental e Integrativa)

2018

UNIVERSIDADE LISBOA
FACULDADE PSICOLOGIA



**EFEITOS DO TIPO DE UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK E INSTAGRAM
SOBRE A QUALIDADE DAS RELAÇÕES E A INFIDELIDADE:
PRECIPITANTE OU MEDIADOR?**

Sara Lopes Almeida

Dissertação orientada pelo Professor Doutor João Moreira

MESTRADO INTEGRADO EM PSICOLOGIA
(Secção de Psicologia Clínica e da Saúde/ Núcleo de Psicologia Cognitiva-
Comportamental e Integrativa)

2018

Agradecimentos

À minha família e amigos por todas as palavras de apoio e motivação que me ajudam a recordar, que mesmo nos momentos mais difíceis, jamais devo esquecer as minhas capacidades, potencial, e aquilo que mais importa na vida.

Aos meus avós, em particular, que mesmo sem percebendo o meu trabalho têm sempre orgulho em tudo o que faço.

Ao professor João Moreira por toda a disponibilidade, experiência e calma, que me ajudaram a dar ordem aos números e palavras que iam surgindo ao longo desta investigação. Por ter acreditado sempre no meu trabalho, e pela humildade que é nele tão característica.

Por fim, mas não menos importante, a todas as pessoas que de alguma forma passaram pelo meu percurso, inclusive aquelas que já não podem estar presentes.

A todos vós, vos dedico todos os meus sucessos.

Resumo

Devido à crescente utilização das redes sociais virtuais, nomeadamente do Facebook e do Instagram, parece certo que estas estão a exercer um papel significativo nos relacionamentos amorosos. Sabendo que as relações podem sofrer alterações negativas com a utilização das redes sociais, será que o tipo de utilização poderá predizer o bem-estar das relações e da infidelidade?

Através de uma amostra de 320 indivíduos verificou-se que quando existem problemas nas relações os indivíduos tendem a aumentar a utilização das redes sociais para visionar informação sobre potenciais relações alternativas. Este tipo de uso das redes sociais está associado a uma menor qualidade das relações, e à infidelidade. Podendo funcionar como mediador entre as variáveis do modelo do investimento e a infidelidade, ou mesmo ser já considerado o início da mesma.

Palavras-Chave: Redes Sociais, Infidelidade, Tipo de Utilização das Redes Sociais, Modelo do Investimento, Qualidade das Relações.

Abstract

Due to the increasing use of virtual social networks like Facebook and Instagram it seems certain that they are playing a significant role in relationships. Knowing that relationships can suffer negative changes with the use of social networks, can the type of use predict the well-being of relationships and infidelity?

Through a sample of 320 individuals, it was found that when there are problems in relationships, individuals tend to increase the use of social networks to search information about potential alternative relationships. This type of use of social networks is associated with a lower quality of relationships, and with infidelity. It can act as a mediator between the variables of the investment model and infidelity, or even be considered the beginning of it.

Keywords: Social Networks, Infidelity, Type of Social Networking, Investment Model, Relationship Quality.

Introdução

As redes sociais virtuais têm-se tornado, cada vez mais, numa presença diária na vida de qualquer indivíduo. Estes tipos de site têm crescido exponencialmente nos últimos anos, e apresentam-se como ferramentas de comunicação e entretenimento de fácil utilização (Bashir, 2017).

Ao longo dos últimos quinze anos, investigadores e clínicos têm-se dedicado ao estudo e compreensão das múltiplas formas como a Internet influencia a vida de cada indivíduo (Cravens, 2013).

Um dos principais focos de estudo actuais relacionados com a Internet (mais concretamente as redes sociais) parece incidir na influência que a utilização contínua da mesma tem na qualidade de vida dos indivíduos. Vários têm sido os estudos que identificam ligação entre as redes sociais e os comportamentos compulsivos, incluindo a sua influência na ansiedade após um período de ausência nas mesmas (Bashir, 2017).

Utz & Beukeboom (2011) definem as características principais das redes sociais virtuais como, permitir o aumento da quantidade de informação que os indivíduos recebem acerca de outra pessoa, proporcionar uma maneira “socialmente aceitável” de vigiar o outro, e por fim disponibilizar de uma forma publicamente partilhada muita informação relevante. Tendo em conta estas últimas características, parece certo que as redes sociais vão influenciar toda a dinâmica dos relacionamentos.

Se por um lado são apresentados estudos que salientam o papel activo e importante que a rede social pode ter na manutenção das relações, como é o caso do estudo de Treas e Giesen (citados em McDermott, 2014) que referem que quanto menos contacto com a rede social do parceiro maior a probabilidade de haver infidelidade, e por consequência divórcio, temos

também estudos que revelam que ver comentários do parceiro no mural de outra pessoa pode induzir ciúmes e comprometer o bem estar da relação (Muisse et. al 2009). Valenzuela (2014) verificou que o uso das Redes Sociais está correlacionado negativamente com a qualidade e a felicidade do casamento, e que o aumento da utilização do Facebook desde 2008 a 2010 parece estar positivamente correlacionado com o aumento dos divórcios nesse mesmo período.

Utz & Beukeboom (2011) reflectem ainda sobre a necessidade de popularidade como um factor importante para os indivíduos que querem passar uma melhor imagem de si próprias nas redes sociais. Sendo que, para muitos desses indivíduos, estar numa relação faz parte da construção dessa imagem “perfeita” (Zhao et al., 2008).

Estes estudos vêm levantar questões ainda pouco exploradas. Uma vez que as redes sociais virtuais têm aparente influência na qualidade dos relacionamentos, podendo aumentar os ciúmes, probabilidade de divorcio, e mal-estar sentido, até que ponto a sua utilização frequente e intensa poderá também ela própria ser predictora dos comportamentos de infidelidade?

Considerando que a infidelidade nas relações é um acontecimento cada vez mais frequente e com conhecidas consequências prejudiciais para o desenvolvimento e bem-estar pessoal (Viegas, 2015), poderá então haver uma ligação entre o tipo de utilização das redes sociais e os comportamentos de infidelidade?

Estas denominadas redes sociais virtuais são definidas por Cravens (2013) como sendo comunidades que permitem aos usuários procurarem e adicionarem membros à sua comunidade *online*. Sites que permitem partilhar publicações, enviar mensagens, comentar fotografias, tudo numa constante interação e conexão.

Desde o início, que as redes sociais virtuais atraem cada vez mais pessoas (Liu, 2010). Sites como o Facebook, Instagram ou Twitter estão, por isso, a ganhar popularidade com o passar dos anos. E à medida que a comunicação se vai tornando cada vez mais acessível, quais serão as consequências disso para os relacionamentos amorosos?

Apesar de o estudo da influência e compreensão que essa utilização contínua tem nas relações interpessoais “*offline*” ser ainda algo limitado (Cravens, 2013), alguns estudos têm revelado já alguns resultados significativos referentes à qualidade das relações amorosas.

Tokunaga (2010) revela que a quantidade de tempo que um indivíduo passa no Facebook, e se este faz ou não parte da sua rotina diária, são factores que estão associados a uma maior vigilância do que o parceiro/a faz no Facebook.

Num estudo elaborado por Stern e Taylor (2007) os autores verificaram que mais de 60% dos estudantes universitários utilizavam as suas contas em redes sociais virtuais para verificar o perfil dos seus parceiros, para ver o que os outros fazem na internet, e para explorarem mais acerca da vida de outras pessoas (citado em Tokunaga, 2010).

Um dos estudos mais recentes, e mais relevantes nesta temática, influenciando muitos estudos posteriores, é o estudo de Muise e Christofides (2009) sobre as redes sociais virtuais e a sua influência no ciúme que é sentido na relação por

Para os autores, verificar constantemente a utilização que os outros dão às redes sociais virtuais, e a actividade dos seus parceiros nas mesmas, pode contribuir para um aumento dos ciúmes sentidos na relação amorosa. Um exemplo disso acontece quando o indivíduo verifica que o seu parceiro deixou um comentário no perfil de alguém percecionado como atraente (Muise e Christofides 2009).

Esta situação em específico também poderá estar relacionada com a confiança sentida na relação, uma vez que os resultados também sugerem que quanto maior a confiança no parceiro, menos ciúmes são despoletados com a utilização do Facebook (Muisse e e Christofides 2009).

Outra questão principal que vem a ser explorada é a “contaminação” e o poder de influência que as redes sociais estão a mostrar ter na vida dos indivíduos. O Facebook e o Instagram sendo sites que albergam milhões de utilizadores, são também plataformas de marketing que mesmo sem a total consciência dos indivíduos que os utilizam, os influenciam a agir em conformismo.

Este fenómeno foi estudado por McDermott et al. (2014) revelando que o divórcio pode espalhar-se entre amigos através das redes sociais, e que os divorciados são muito mais propensos a casar novamente com outros divorciados.

Esta questão trazida pelos investigadores no âmbito da manutenção das relações, e dos divórcios, leva-nos para as questões que podem estar a influenciar essa separação. Um dos factores principais que pode levar à ruptura de um relacionamento são as situações de infidelidade. E esse é um dos problemas principais que afecta muitas relações actualmente (Shonian, 2013). Porém, como Hertlein et al. (2005) refere: “O que é especialmente complexo acerca da definição de infidelidade é que duas pessoas diferentes numa relação, podem ter diferentes ideias acerca do que representa infidelidade, e o que é considerado um caso extraconjugal”.

Para avaliar então a questão da infidelidade é importante começar por abordar teoricamente aquilo que mantêm dois indivíduos comprometidos numa relação.

De acordo com a Teoria do Modelo do Investimento apresentada por Rusbult (1980) o compromisso e manutenção das relações amorosas baseiam-se em três factores principais –

satisfação na relação, as alternativas percebidas à relação existente, e investimento na relação.

A satisfação baseia-se num conjunto de comparações acerca dos ganhos e custos sentidos consoante as expectativas do individuo (Rusbult, 1980). Isto significa que não só é importante que haja satisfação na relação, mas que o individuo tem de sentir que está a “apostar” na melhor escolha para si.

Para Rusbult (1980) o compromisso com uma relação depende também das comparações com as alternativas ao parceiro de relacionamento. Isto significa que o individuo está sempre em constante comparação entre o seu parceiro e outro percebido como opção, mesmo que não o faça de forma consciente.

O modelo de investimento de Rusbult (1980) afirma ainda que o compromisso é afetado não só pela comparação e satisfação na relação, mas também pelo investimento na mesma. O compromisso aumenta com a passagem do tempo, uma vez que os custos de terminar a relação são percebidos como maiores do que os da manutenção na mesma.

Ao analisar os relacionamentos com base neste modelo podemos também perceber o enquadramento das redes sociais no mesmo.

Sabendo que a comparação das alternativas é uma das variáveis do compromisso verificamos que as redes sociais virtuais vêm aumentar significativamente o número percebido de alternativas pela facilidade de acesso, contacto e comunicação que oferecem.

Tal como referido por Shonian (2013) a tecnologia moderna promove a melhoria da comunicação e relações com os outros, mas também cria mais oportunidades de infidelidade, e ao apresentar imagens reais das alternativas aumenta o nível de credibilidade do individuo

percepcionado como alternativa. Estes factos são apoiados pelo modelo MAIN de Sundar (citado em Pittman, 2016) que refere que o cérebro confia mais em imagens ou vídeos, do que textos, uma vez que estas salvagam o realismo das situações.

Poderão então ser as redes sociais virtuais as causadoras de distúrbios no bem-estar de uma relação, podendo levar a comportamentos de infidelidade? Ou será que o problema não está nas redes sociais em si, mas que o aumento da procura de alternativas se deva ao mal-estar já sentido na relação?

Abbasi (2017) apresenta um dos últimos estudos mais relevantes acerca da influência das redes sociais virtuais nos relacionamentos, e parece iniciar um debate nesse sentido ao questionar de forma semelhante se o uso excessivo do Facebook é um causador de problemas na relação, ou se o Facebook é já por si um “camuflador” dos problemas da mesma.

Um estudo de Pollet et al. (citado em Hand et al, 2013) revelou que a quantidade de tempo passado *online* pode estar associada ao aumento de amizades “*online*”, mas também a uma falha de proximidade emocional naquelas vividas dia-a-dia. Para além disso, a interação social *online* constante parece também estar associada à solidão ou reservas em relação aos relacionamentos “*offline*”.

No seguimento deste estudo Sheldon (citado em Hand et al, 2013) apresenta também um estudo que sugere que indivíduos que experienciam ansiedade, e medos, em relações cara-a-cara usam o Facebook para se sentirem menos sozinhos. Este tipo de estudos parecem ir ao encontro de que o problema poderá não estar na rede social em si, mas sim no bem-estar sentido na relação e no bem-estar pessoal.

Abbasi (2017) apresenta ainda no seu estudo vários resultados relacionados com o Facebook e com as relações amorosas. Em primeiro lugar, indivíduos que não estejam num relacionamento passam menos tempo a ver páginas de pessoas do mesmo sexo, do que pessoas

que estão numa relação (estudo feitos com amostra heterossexual), e indivíduos que não estão numa relação dedicam mais tempo a melhorar a sua foto de perfil.

DiOrio citado em Abbasi, 2010) acrescenta ainda que tanto os homens como as mulheres casadas têm predisposição para iniciar conversas inapropriadas no Facebook com outras pessoas. No entanto, as mulheres parecem ser mais discretas do que os homens.

Numa tentativa de avaliar todas estas questões, os dados seguidamente recolhidos foram analisados com o objectivo primário de testar três hipóteses principais: Hipótese 1: *“O tempo passado nas redes sociais está negativamente relacionado com a qualidade da relação amorosa”*, Hipótese 2: *“A procura de alternativas nas redes sociais está negativamente relacionada com a qualidade das relações”*, e Hipótese 3: *“A procura de alternativas nas redes sociais está positivamente relacionada com a ocorrência de comportamentos de infidelidade”*.

Após a análise das variáveis envolvidas nestas hipóteses, foi ainda possível proceder a uma análise específica de outras questões que vão surgindo ao longo do desenvolvimento desta temática.

Método

Caracterização da Amostra

Para este estudo foram recolhidas 320 respostas, sendo 264 indivíduos do sexo feminino (82,5%) e 56 indivíduos do sexo masculino (17,5%). A idade estava compreendida entre os 18 e os 61 anos (M= 31,68; DP= 8,12).

Dos 320 indivíduos, 247 estavam actualmente numa relação (77,2%), e 73 (22,8%) não estavam numa relação, tendo baseado as suas respostas na relação amorosa anterior, ou mais significativa.

A nível de habilitações os participantes encontravam-se entre o 5º ou 6º ano de escolaridade e o doutoramento. Um individuo com escolaridade de 5º ou 6º ano (0,3%), 3 com 7º-9º ano (0,9%), 68 com o ensino secundário (21,3%), 141 com licenciatura (44,1%) sendo este o nível de escolaridade mais comum nos participantes do presente estudo, 101 com mestrado (31,6%), e 6 com doutoramento (1,9%).

Os dados foram recolhidos *online* através da plataforma *Qualtrics* para facilitar a recolha de uma amostra numerosa e diversificada. Foi partilhado um link correspondente aos questionários através do Facebook, e também com recurso ao email.

O N considerado do estudo é de 320 indivíduos que completaram o questionário *online*, não se tendo verificado respostas omissas.

Instrumentos

Questionário sobre Relações e Utilização do Facebook (QRUF)

Para realizar esta investigação foi necessário construir previamente um instrumento que avaliasse a utilização do Facebook e Instagram, tanto a nível de tempo de utilização como a nível da finalidade da mesma, e também as diferenças na utilização das redes sociais consoante o bem-estar na relação amorosa.

O questionário é constituído por duas questões iniciais acerca do número de horas que em média os indivíduos passam nas redes sociais virtuais, e a média da quantidade de vezes que o utilizador faz *log in* nas redes sociais. Seguidamente são apresentados 19 itens que avaliam a frequência com que os utilizadores efectuem determinadas ações nas redes sociais. Esses 19 itens são respondidos por duas vezes para uma situação de dia, e para uma situação em que a relação não se encontre bem. Com o objectivo de avaliar se há diferenças na finalidade da

utilização das redes sociais. Esta avaliação é feita através de uma escala de Likert apresentando pontuação de 1 a 5 (em que 1 corresponde a “nunca”, e 5 corresponde a “muita frequência”).

Primeiramente fez-se uma análise fatorial para determinar o número de factores relevantes para o estudo, fez-se uma rotação varimax, interpretou-se os factores, e escolheu-se os itens mais relevantes para cada um. Após seleccionar os itens correspondentes a cada factor, determinou-se o alfa.

Esta análise foi possível com recurso ao Scree Plot, e assinalando de seguida a opção Varimax de forma a tentar criar factores independentes uns dos outros. Após verificar a existência desses dois factores, foi então feita uma nova análise fatorial seleccionando 2 factores fixos, e a rotação varimax. Desta forma, foi possível analisar quais os itens do questionário que se apresentavam com maior saturação para cada factor.

Depois dessa análise os itens foram categorizados consoante a sua significância para cada factor, e separados por dois denominados para este estudo de: “Factor 1 – visionamento de pessoas atraentes” que consistia em itens relacionados com o visionamento de pessoas alternativas à relação percpecionadas como atraentes, itens tais como: “6- *Dou por mim a olhar atentamente para fotos de pessoas por quem me sinto atraído(a)*; 7- *Penso que poderia ser mais feliz com outra pessoa quando vejo fotos dela*” e “Factor 2 – utilização das redes sociais” remetendo para o tipo de utilização geral que os indivíduos fazem das redes sociais, tais como: “10 – *Falo com amigo no Facebook (Messenger e Instagram)*”; 15 – *Publico fotos minhas*”. Estes dois factores surgem como variáveis que vão ser analisadas consoante uma situação em que a relação amorosa esteja bem, e a relação amorosa esteja com problemas.

Para facilitar a posterior análise e comparação dos factores em ambas as situações, os itens seleccionados para cada factor foram os mesmos nas diferentes situações analisadas. Isto significa, por exemplo, que o item 4 do questionário do Facebook (tenho dúvidas quanto ao

meu empenho na relação que tenho com o/a meu/minha parceiro/a) tanto foi analisado para o Factor 1 referente à relação no dia a dia, como para o Factor 1 referente a quando existem problemas na relação.

Após a seleção dos itens com melhor significância para cada tipo de factor em causa, o alfa de Cronbach foi calculado, ficando por isso o Factor 1 dia a dia com 0,84 e quando a relação não está bem com 0,86. O Factor 2 dia a dia com 0,71, e quando a relação não está bem com 0,79.

Escala do Modelo do Investimento (EMI)

O EMI foi criado por Caryl Rusbult, John Martz e Christopher Agnew (1998) com o intuito de avaliar as quatro variáveis propostas pelo Modelo do Investimento – o compromisso, a satisfação na relação, a qualidade das alternativas e o investimento. A versão utilizada neste estudo foi traduzida para português por Leal (2009).

O questionário encontra-se dividido em 4 partes, e em cada uma delas existem dois tipos de itens para avaliar os compostos do Modelo. Os itens faceta (“O meu parceiro satisfaz as minhas necessidades de intimidade”) que avaliam situações concretas, e os itens globais (“Sinto-me satisfeito com a nossa relação”) que avaliam os conceitos de forma mais geral.

Os alfas de Cronbach referentes a este estudo, são de acordo com as variáveis, 0,90 para Satisfação, 0,83 para as Alternativas, 0,81 para o Investimento, e 0,94 para o Compromisso.

Questionário Multidimensional de Comportamentos Extra-Relacionais (QM CER)

O QM CER foi desenvolvido por Viegas e Moreira (2015) com o objectivo de avaliar múltiplos aspectos dos comportamentos e motivações dos indivíduos, que se traduzem em situações de

infidelidade. O questionário é composto por 6 secções – A, B, C, D, E ,F - cada uma delas avaliando situações específicas.

Para a investigação actual foi utilizada apenas a secção C. O Alfa de Cronbach deste estudo relativamente a esta secção do questionário é de 0.83.

As secções A e B pretendem apenas avaliar se a pessoa em causa se encontra numa relação amorosa com compromisso de exclusividade, e a B se alguma vez esteve numa relação amorosa (caso a anterior tenha sido negativa).

A secção C vai avaliar se o individuo realizou algum comportamento apresentado nas diversas alíneas com outro parceiro, que não o seu, na altura do compromisso de exclusividade, como por exemplo “5- Mantive relações sexuais com outra pessoa.” ou “9 - Beije na boca de modo prolongado outra pessoa.”

Os itens desta secção eram respondidos seleccionando a opção que melhor se ajustasse: (I) Não aconteceu; (II) Aconteceu e considero que foi uma infidelidade; (III) Aconteceu mas não acho que constituísse infidelidade.

A última secção, secção D, seria apenas para indivíduos que nunca estiveram numa relação de exclusividade, sendo que essa situação não se aplica ao presente estudo.

Resultados

Os dados recolhidos foram analisados com recurso aos programas de estatística SPSS Statistics (versão 24), e IMB SPSS AMOS (versão 24). Para iniciar a análise das diferenças e relações entre as variáveis do estudo, começou-se por analisar a frequência da utilização das redes sociais e a procura por alternativas numa situação de dia a dia, e numa situação em que a relação não se encontre bem.

Quadro 1:

Média e desvio-padrão dos dois factores do questionário do Facebook em função do estado da relação

	Dia a dia	Quando há problemas
Utilização Normal	14,23 (2,78)	12,34 (3,63)
Visionamento de alternativas	14,17 (5,31)	15,21 (5,92)

Os valores apresentam diferenças estatisticamente significativas, suportadas pela análise de variância com medidas repetidas. Aquilo que se pode verificar é que estado da relação teve um efeito significativo $F(1, 319) = 11,07, p = 0,001$, o mesmo acontecendo para o tipo de utilização $F(1, 319) = 22,90, p < 0,00$. A comparação das médias revelou no geral a existência de valores significativos principalmente no que se refere à utilização e visionamento de alternativas numa situação em que a relação está com problemas.

A frequência da utilização normal é então menor quando existem problemas na relação. No entanto, ao mesmo tempo que isso acontece, a procura das redes sociais para procura de alternativas aumenta. Menos utilização, porém, mais procura por alternativas quando existem problemas na relação.

Uma das primeiras questões definidas para a investigação, estava relacionada com tempo que os indivíduos passam nas redes sociais. A sua influência na qualidade da relação amorosa foi analisada através da correlação entre a variável Satisfação e o número de *logins* e a média de horas que os inqueridos passavam nas redes sociais. Aquilo que foi verificado é que essa correlação é fraca quando se correlaciona a Satisfação com a média de horas nas redes sociais

(- 0,11), que apesar de ser significativa não mostra relação suficiente para confirmar essa influência. Ao comparar a Satisfação com o número de logins não se obteve valores significativos (0,002) não sendo por isso suficiente para retirar conclusões.

De forma a caracterizar a relação entre a utilização do Facebook e Instagram e a qualidade das relações, os dois factores do Facebook foram correlacionados com as variáveis do Modelo do Investimento - Satisfação, Alternativas, Compromisso, Investimento – e com a infidelidade nas duas situações (Quadro 2).

Quadro 2:

Correlações entre as variáveis do Modelo do Investimento e do questionário de utilização do Facebook

	Utilização Normal	Utilização quando há problemas	Procura de Alternativas dia a dia	Procura de Alternativas quando há problemas
Satisfação	- 0,01	- 0,16**	- 0,46**	- 0,41**
Alternativas	0,16**	0,11*	0,44**	0,40**
Investimento	0,06	- 0,02	- 0,23**	- 0,20**
Compromisso	- 0,02	- 0,16**	- 0,57**	- 0,52**
Infidelidade	0,03	0,07	0,43**	0,38**

**A correlação é estatisticamente significativa para o nível < 0,01.

*A correlação é estatisticamente significativa para o nível < 0,05

O tipo de utilização geral que se faz nas redes sociais “partilhar imagens”, “falar com amigos no Facebook (Messenger) ou Instagram” parece apresentar alguns valores

significativos, no entanto as correlações são mais elevadas no que diz respeito ao visionamento das alternativas nas redes sociais em que os resultados são todas significativos. Isto sugere que não é o tempo de utilização das redes sociais que influencia a qualidade das relações (e posteriormente a infidelidade), mas sim o tipo de utilização que os indivíduos dão às redes sociais.

Por exemplo, o visionamento de alternativas ao parceiro actual em situações do dia a dia está correlacionado inversamente com a satisfação na relação, o que indica que quanto menor for a satisfação na relação, maior a procura de visionamento de alternativas nas redes sociais. Em situações em que há problemas na relação o resultado não é muito diferente. Pelo contrário, quando se considera uma utilização das redes sociais para outros fins as correlações são muito inferiores, tendendo a atingir a significância apenas quando há problemas.

O mesmo padrão se verifica para as outras variáveis nomeadamente a utilização do Facebook está relacionada com a maior valorização das alternativas, menor investimento e menor compromisso, sendo esse efeito muito mais pronunciado quando a utilização é feita no sentido de visionamento de potenciais parceiros alternativos. O mesmo padrão é encontrado também para a infidelidade.

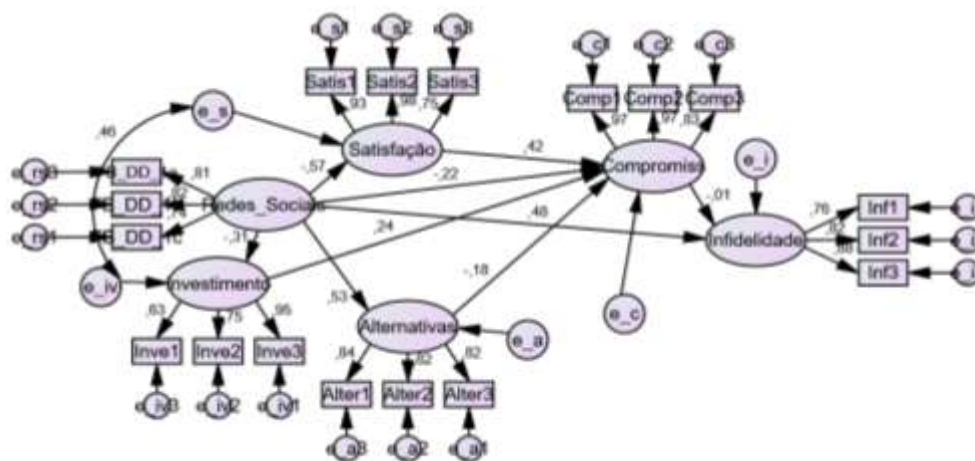
Estes resultados sugerem que a utilização das redes sociais desempenha um papel na ocorrência de possíveis comportamentos de infidelidade que se sabe serem previstos pelas variáveis do Modelo do Investimento. Apesar de não ser possível esclarecer se a utilização das redes sociais para visionar parceiros alternativos é causa de insatisfação, ou um reflexo da mesma, aquilo que se verificou é que este tipo de utilização aumenta quando existem problemas na relação actual.

Através do programa AMOS foram então criados dois modelos para as 4 situações correspondentes aos dois tipos de utilização do Facebook e do Instagram, e ao contraste entre

uma situação normal e quando existem problemas na relação., de forma a tentar elucidar o papel da utilização das redes sociais no processo que conduz à ocorrência de comportamentos de infidelidade.

Na figura 1 é apresentado o gráfico referente ao primeiro modelo, que coloca a utilização das redes sociais como precipitante do declínio na qualidade das relações. Os resultados apresentados correspondem à utilização do Facebook e do Instagram para o visionamento de alternativas no dia a dia, uma vez que este se apresenta como um bom exemplo para ilustrar as conclusões obtidas. Os resultados para os períodos em que a relação está com problemas eram muito semelhantes, e nos obtidos com a utilização normal das redes sociais o efeito desta variável era muito menor, como se poderia esperar a partir da análise das correlações.

Figura 1: Demonstração gráfica da influência das variáveis estudadas nos comportamentos de infidelidade: Redes Sociais apresentadas como precipitantes da infidelidade



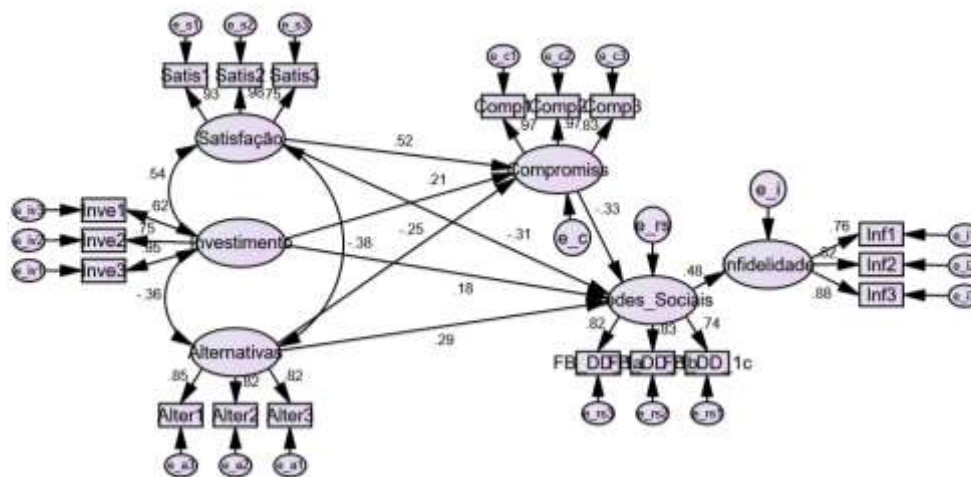
No
que diz
respeito
aos

indicadores de ajustamento do modelo, os valores são adequados, χ^2 de 2,52, CFI de 0,96 e o RMSEA de 0,07.

Os resultados obtidos são compatíveis com a hipótese de que o visionamento de alternativas nas redes sociais no dia a dia influencia as variáveis do modelo do investimento da forma que já tinha sido sugerida pela análise das correlações. Além disso, sugere que existe

influência directa desta variável nos comportamentos de infidelidade. Estes resultados apontam, inclusivamente, que a influência deste tipo de utilização das redes sociais sobre a infidelidade é tão elevada, que faz desaparecer a influência do compromisso. Ora, sabendo pela literatura anterior que o compromisso é o principal preditor da infidelidade algo que foi confirmado pelos resultados deste estudo com gráficos ainda sem a influência das redes sociais (que não foram colocados porque uma questão de gestão de espaço), o padrão de resultados encontrado sugere que a utilização das redes sociais funcionam como um mediador. Esta hipótese foi testada no segundo modelo, apresentado na Figura 2.

Figura 2: Demonstração gráfica da influência das variáveis estudadas nos comportamentos de infidelidade. Redes Sociais apresentadas como mediadoras da infidelidade



Em relação aos indicadores de ajustamento do modelo, os valores são adequados, χ^2 de 2,42, CFI de 0,96 e o RMSEA de 0,05.

Através da figura pode então verificar-se que as redes sociais exercem uma função mediadora entre o compromisso (variáveis do modelo do investimento) e a infidelidade. Isto significa, que a qualidade das relações, medida pelas variáveis do modelo do investimento não tem um efeito directo sobre a infidelidade quando se inclui no modelo o visionamento de relações alternativas. O efeito é exercido sobre esta última variável que por sua vez é aquela que vai ter um efeito significativo sobre a infidelidade. Assim, as variáveis do Modelo do Investimento passam a influenciar indirectamente a mesma.

Encontramos, por isso, dados estatisticamente significativos que indicam que perante uma diminuição significativa da satisfação por exemplo, se verifica uma diminuição do compromisso, já prevista pelo Modelo do Investimento, e um aumento da procura de potenciais parceiros alternativos no Facebook e Instagram. Essa concomitante diminuição do compromisso tende a reforçar ainda mais esse tipo de utilização, e é esta última variável que parece prever a existência de comportamentos de infidelidade. O mesmo padrão de resultados foi encontrado para o investimento, e para a valorização das alternativas.

Discussão

No que diz respeito ao Facebook e ao Instagram, serão mesmo estas novas tecnologias capazes de mediar possíveis comportamentos infielis? A resposta parece ser afirmativa.

Através da análise dos resultados obtidos, foi possível responder às questões centrais, e testar as hipóteses definidas para o desenvolvimento deste estudo. Com a ajuda da Escala do Modelo do Investimento, do Questionário Multidimensional de Comportamentos Extra-Relacionais (QMCER) e do Questionário sobre Relações e Utilização do Facebook (QRUF) elaborado especificamente para este estudo, foi possível estudar a influência que as redes sociais – Facebook e Instagram – têm na qualidade das relações amorosas, mas também a sua influência através das pistas que fornecem na previsão de possíveis comportamentos de infidelidade.

Os resultados indicaram, primeiramente, que ao contrário daquilo que estava definido numa das primeiras hipóteses, de que quanto pior a relação maior a utilização das redes sociais, o que parece acontecer é que, quanto pior estiver a relação amorosa menor parece ser a utilização dada às redes sociais (número de *log in*, frequência de utilização).

No entanto, apesar da diminuição da utilização, o que parece aumentar nessas situações é a procura de alternativas “melhores” à relação actual quando há utilização das redes sociais (por exemplo: “Adiciono pessoas que não conheço porque são visivelmente bonitas”).

Essa maior procura por alternativas, ou maior visionamento de pessoas visualmente atraentes quando a relação está com problemas é suportada pelos dados, o que parece indicar que indivíduos que procurem visualizar alternativas às suas relações tendem a utilizar mais as redes sociais para esses fins. Apresentando-as como uma ferramenta facilitadora dessa procura.

Os dados sugerem então que quanto mais interesse em procurar alternativas, maior a procura das redes sociais. Mostrando assim a influência que estas exercem nessa procura,

surgindo também como uma ferramenta para esse visionamento de alternativas facilitado pelos avanços da tecnologia.

Grande parte dos resultados foram apoiados pelo modelo do investimento, uma vez que para haver manutenção do compromisso, a Satisfação com a relação tem de ser boa, a comparação da relação com as Alternativas existentes tem de revelar a preferência pela relação actual, e o Investimento passado tem de se mostrar relevante para a motivação na manutenção da relação. Se alguma destas variáveis do modelo por alguma razão se altera, o compromisso é posto em causa.

Aquilo que foi observado neste estudo, foi que a Satisfação na relação e o Investimento parecem diminuir quando correlacionados com o tipo de utilização das redes sociais, enquanto a variável Alternativas parece aumentar. Estas alterações das variáveis colocam em risco a manutenção do compromisso. Essa situação apenas esclarece que as Redes Sociais exercem influência sobre as variáveis do Modelo do Investimento. E foi essa questão que foi analisada através do AMOS.

Paralelamente a essa questão surge uma outra que denuncia o desconhecimento acerca da influência das Redes Sociais na qualidade da relação, no sentido em que, não é possível definir se as Redes Sociais provocam essas diferenças, ou se a utilização das mesmas, e as suas consequências negativas, reflectem já um problema na relação.

Aquilo que podemos observar é que o Facebook e o Instagram se apresentam como uma ferramenta que facilita essa procura de alternativas. E isso parece ser verificando quando a relação não está bem, mas também numa situação “normal” de dia a dia. Dados suportados pelo estudo.

Os resultados obtidos sugerem ainda quanto maior a procura de alternativas à relação actual, menor é a satisfação com essa mesma relação, maior é a utilização das redes sociais para esse fim, e maior é a probabilidade de ocorrerem comportamentos de infidelidade. Confirmando a hipótese de que quanto maior a procura de alternativas, menor é a satisfação com a relação.

Sabendo que o conceito do Modelo do Investimento é suportado por esta investigação, torna-se necessário compreender onde é que as Redes Sociais, neste caso o tipo de utilização das mesmas, se enquadram nestes resultados.

A influência que as Redes Sociais têm na qualidade das relações, e numa possível infidelidade dependem apenas do tipo de utilização que os utilizadores fazem das mesmas. Se a intenção for procurar por pessoas atraentes, ver pessoas mais atraentes, questionar e comparar o seu parceiro com outros visivelmente mais atraentes, a probabilidade de existir infidelidade aumenta.

Ir intencionalmente ao Facebook procurar pessoas atraentes, ou ver pessoas atraentes, influencia tanto a infidelidade que parece indiciar que essa própria procura já pode ser considerada o início da infidelidade, mas para uma confirmação desta última afirmação uma das hipóteses mais viáveis seria a elaboração de um estudo que avaliasse até que ponto isso seria considerado infidelidade. As redes sociais surgem então como mediadoras de um processo de insatisfação na relação com os comportamentos de infidelidade.

No entanto, apesar de serem mediadoras deste processo de procura de alternativas à relação actual, não é ainda possível assumir com certeza qual a causa e o efeito desta situação. Um possível estudo longitudinal que acompanhe o dia a dia dos casais ao longo do tempo será talvez a melhor opção para uma melhor compreensão destas questões. Um estudo experimental também poderia ser uma opção, caso se seleccionasse grupos de casais e se fizesse alguma manipulação do seu compromisso ou da utilização das redes sociais. Apesar de levantar algumas questões éticas pela manipulação das relações, e das consequências que isso poderia ter para as mesmas.

Este estudo apresenta também algumas limitações que devem ser tidas em conta em replicações, ou investigações futuras. Apesar de não ter sido efectuada uma análise entre sexos devido ao número pequeno de indivíduos do sexo masculino, existe uma grande disparidade entre a quantidade de elementos do sexo feminino e do sexo masculino, o que pode influenciar os resultados obtidos mesmo sem terem sido comparadas as populações. Seria importante numa futura investigação aumentar a amostra, e equilibrar as populações escolhidas para se ter uma amostra mais diversificada.

Seria também relevante fazer um estudo especificamente acerca dos itens do questionário do Facebook e Instagram, para verificar se alguns destes itens podem já ser considerados comportamentos de infidelidade para alguns indivíduos nomeadamente aqueles que se referem à procura por pessoas mais atraentes.

Por fim, de salientar ainda que o Factor 1 que se referia ao visionamento de pessoas visualmente mais atraentes apesar de ter sido analisado como um mediador da infidelidade para este

estudo, pode não ser considerado algo negativo que pressupõe uma forma de infidelidade, ou de procura de alternativas, mas sim uma regulação emocional perante uma frustração referente à relação.

Referências

- Abbasi, S., I., & Alghamdi, G., N. (2017). When Flirting Turns Into Infidelity: The Facebook Dilemma. *The American Journal of Family Therapy*, 45-1, 1- 14, doi: 10.1080/01926187.2016.1277804
- Bashir, H., & Bhat, S. (2017). Effects of Social Media on Mental Health: A Review. *The International Journal of Indian Psychology*, 125-131. doi: 10.25215/0403.134
- Cravens, D. J.(2013). *Social networking infidelity: Understanding the impact and exploring rules and boundaries in intimate partner relationships*. Dissertação em Terapia Familiar e Conjugal, Texas Tech University.
- Cravens, D. J. (2013). Facebook Infidelity: When Poking Becomes Problematic. *Contemporary Family Therapy*, 35, 74-90 doi: 10.1007/s10591-012-9231-5
- Hand, M., M., & Thomas, D., & Buboltz, C., W.,& Deemer, D., E., & Buyanjargal, M.(2012). Facebook and Romantic Relationships: Intimacy and Couple Satisfaction Associated with Online Social Network Use. *Cyberpsychology, Behavior, and social Networking*, 16, 8-13 doi: 10.1089/cyber.2012.0038
- Hertlein, M., C. & Wetchler, L. J. & Piercy, P., F. (2005). Infidelity: An overview. *Journal of Couple & Relationship Therapy* 4, 5-16, doi: 10.1300/J398v04n02_02
- Leal, A., R., P. (2009). “'De pequenino se torce o pepino': Processos de mediação entre as experiências da infância e as relações de casal”. Dissertação de Mestrado em Psicologia, Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa
- Liu, Y.L., & Ying, X., X. (2010, October). A Review of Social Network Sites: Definition, Experience and Applications. In *The Conference on Web Based Business Management* (pp. 749–752). USA: Scientific Research Publishing

- McDermott, R., & Fowler, H. J., & Christakis, H. N. (2014). Breaking Up Is Hard to Do, Unless Everyone Else Is Doing It Too: Social Network Effects on Divorce in a Longitudinal Sample, *Social Forces* 92 491–519, doi: 10.1093/sf/sot096
- Muise A., & Christofides E. (2009). Information Disclosure and Control on Facebook: Are They Two Sides of the Same Coin or Two Different Processes?. *Cyberpsychology & Behavior* 12, 341-345, doi: 10.1089/cpb.2008.0226
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words., *Computers in Human Behavior* 62, 155 - 167 doi: 10.1016/j.chb.2016.03.0840747-5632/
- Rusbult, E., C. (1980). Commitment and Satisfaction in Romantic Associations: A Test of the Investment Model. *Journal of Experimental Social Psychology* 16, 172-186
- Schonian, S. (2013). *Perceptions and Definition of Infidelity: A Multimethod Study*. B.A. Thesis, Dissertations, University of Nevada, Las Vegas
- Tokunaga, S., R. (2010). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships, *Computers in Human Behavior* 27, 705–713, doi: 10.1016/j.chb.2010.08.014
- Utz, S., & Beukeboom, J., C. (2011). The Role of Social Network Sites in Romantic Relationships: Effects on Jealousy and Relationship Happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication* 16, 511–527, doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01552.x
- Valenzuela, S., & Halpern, D., & Katz, E. J. (2014). Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States., *Computers in Human Behavior* 36, 94–101, doi: 10.1016/j.chb.2014.03.034
- Viegas, A., T., & Moreira, M., J. (2015). Mas Porquê? Um Estudo Multiteórico dos Preditores da Infidelidade. *Psicologia*, 29, 1-16. doi: 10.17575/rpsicol.v29i2.1002
- Zhao, S., & Grasmuck, S., Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24, 1816–1836, doi:10.1016/j.chb.2008.02.012