



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA SOCIAL – PPGPS

Kauany Beatriz Dionísio Batista

**RELAÇÃO ENTRE COMPORTAMENTO PLANEJADO E EMPATIA
NA INTENÇÃO DE USO DE REDES SOCIAIS**

João Pessoa - PB

2025

KAUANY BEATRIZ DIONÍSIO BATISTA

**RELAÇÃO ENTRE COMPORTAMENTO PLANEJADO E EMPATIA NA
INTENÇÃO DE USO DE REDES SOCIAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Psicologia Social da
Universidade Federal da Paraíba, como
requisito para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social.

Orientador: Prof. Dr. Rômulo Lustosa
Pimenteira de Melo

João Pessoa - PB

2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

B333r Batista, Kauany Beatriz Dionísio.

Relação entre comportamento planejado e empatia na
intenção de uso de redes sociais / Kauany Beatriz
Dionísio Batista. – João Pessoa, 2025.
112 f. : il.

Orientação: Rômulo Lustosa Pimenteira de Melo.
Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHLA.

1. Psicologia social. 2. Teoria do comportamento
planejado. 3. Empatia. 4. Psicologia – Fantasia. I.
Melo, Rômulo Lustosa Pimenteira de. II. Título.

UFPB/BC

CDU 316.6(043)




Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Humanas Letras e Artes
Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social




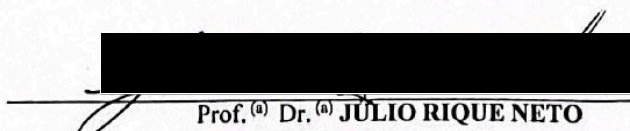
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos vinte e cinco dias do mês de julho de dois mil e vinte e cinco, de modo presencial, na Sala 01 do PPGPS, reuniram-se em solenidade pública os membros da comissão designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Psicologia Social (CCHLA/UFPB), para a defesa de Dissertação da aluna **KAUANY BEATRIZ DIONÍSIO BATISTA**– mat. 20231010476 (orientando(a), UFPB, CPF: 126.096.824-33). Foram componentes da banca examinadora: Prof.^(a) Dr.^(a) **ROMULO LUSTOSA PIMENTEIRA DE MELO** (UFPB, Orientador, CPF: 058.928.264-65), Prof.^(a) Dr.^(a) **JAQUELINE GOMES CAVALCANTI SA** (UFPB, Membro Interno ao Programa, CPF: 046.281.144-12) e Prof.^(a) Dr.^(a) **ELOÁ LOSANO DE ABREU** (UFPB, Membro Externo ao Programa, CPF: 057.883.444-84). Na cerimônia compareceram, além do(a) examinado(a), alunos de pós-graduação, representantes dos corpos docente e discente da Universidade Federal da Paraíba e interessados em geral. Dando início aos trabalhos, o(a) presidente da banca, Prof.^(a) Dr.^(a) **ROMULO LUSTOSA PIMENTEIRA DE MELO**, após declarar o objetivo da reunião, apresentou o(a) examinado(a) **KAUANY BEATRIZ DIONÍSIO BATISTA** e, em seguida, concedeu-lhe a palavra para que discurresse sobre seu trabalho, intitulado: “**RELAÇÃO ENTRE COMPORTAMENTO PLANEJADO E EMPATIA NA INTENÇÃO DE USO DE REDES SOCIAIS**”. Passando então ao aludido tema, a aluna foi, em seguida, arguida pelos examinadores na forma regimental. Ato contínuo, passou a comissão, em secreto, a proceder a avaliação e julgamento do trabalho, concluindo por atribuir-lhe o conceito de “**APROVADO**”, o qual foi proclamado pelo(a) presidente da banca, logo que retornou ao recinto da solenidade pública. Nada mais havendo a tratar, eu, **Júlio Rique Neto**, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da UFPB, lavrei a presente ata, que depois de lida e aprovada por todos assino juntamente com os membros da banca. João Pessoa, 25 de julho de 2025.


Prof.^(a) Dr.^(a) **ROMULO LUSTOSA PIMENTEIRA DE MELO**


Prof.^(a) Dr.^(a) **JAQUELINE GOMES CAVALCANTI SA**


Prof.^(a) Dr.^(a) **ELOÁ LOSANO DE ABREU**


Prof.^(a) Dr.^(a) **JÚLIO RIQUE NETO**
Coordenador do PPGPS

RESUMO

Batista, K. B. D. (2025). *Relação entre Comportamento Planejado e Empatia na Intenção de Uso de Redes Sociais*. Dissertação de Mestrado, Pós-graduação em Psicologia Social, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa-PB.

O uso de redes sociais tem despertado o interesse de pesquisadores de diversas áreas, especialmente da psicologia social. Dada sua natureza relacional e seu impacto em múltiplas esferas da vida cotidiana, a forma como os indivíduos interagem nesses ambientes configura-se como um campo fértil para investigação. Nesse contexto, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) tem sido amplamente empregada para compreender o comportamento humano, oferecendo um arcabouço teórico que, embora alvo de críticas, permite a incorporação de variáveis complementares que ampliem sua aplicabilidade. Considerando que as redes sociais são espaços essencialmente relacionais, e que a empatia constitui uma habilidade central para a qualidade das interações humanas, este estudo propôs investigar a articulação entre as dimensões empáticas e a TCP na intenção de uso das redes sociais. As variáveis investigadas incluíram os componentes empáticos de Consideração Empática, Angústia Pessoal, Tomada de Perspectiva e Fantasia, além dos elementos clássicos da TCP: Atitude, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido. A pesquisa foi estruturada em dois estudos — exploratório e confirmatório — partindo da hipótese central de que os componentes da empatia contribuem para a explicação da Intenção de Uso das redes sociais. O objetivo principal foi sistematizar e analisar a literatura sobre Empatia, Teoria do Comportamento Planejado e intenção de uso de redes sociais e examinar as relações entre os construtos. A dissertação está organizada em uma introdução e dois capítulos. O primeiro capítulo, teórico, apresenta as fundamentações conceituais sobre o uso de redes sociais, a TCP, a teoria da empatia de Martin Hoffman e a articulação entre essas abordagens. O segundo capítulo, empírico, é composto por um artigo que contempla os dois estudos realizados. No primeiro estudo, de natureza exploratória, foi conduzida uma análise fatorial que revelou relações significativas entre os construtos da empatia e da TCP, destacando a centralidade da dimensão Fantasia na intenção de uso. O segundo estudo apresenta natureza confirmatória, com uma análise de mediação que confirmou o papel da fantasia como elo entre intenção de uso e empatia. Ademais, variáveis demográficas mostraram-se relevantes na configuração dos perfis de usuários, sendo posteriormente controladas no segundo estudo. Este achado representa uma importante contribuição para a compreensão do comportamento digital e destaca o potencial da Fantasia como chave interpretativa no contexto das redes sociais. Por fim, o estudo reforça a importância de considerar variáveis sociodemográficas, relacionalidade digital e o papel da fantasia em futuras pesquisas e intervenções.

Palavras-chave: Uso de Redes Sociais. Teoria do Comportamento Planejado. Empatia. Fantasia.

ABSTRACT

BATISTA, K. B. D. (2025). *Relationship between Planned Behavior and Empathy in the Intention to Use Social Media*. Master's dissertation, Post-graduation in Social Psychology, Federal University of Paraíba, João Pessoa-PB.

The use of social networks has attracted the interest of researchers from various fields, especially social psychology. Given their relational nature and their impact on multiple spheres of everyday life, the way individuals interact in these environments constitutes a fertile ground for investigation. In this context, the Theory of Planned Behavior (TPB) has been widely employed to understand human behavior, offering a theoretical framework that, although subject to criticism, allows for the incorporation of complementary variables that expand its applicability. Considering that social networks are essentially relational spaces, and that empathy is a central skill for the quality of human interactions, this study aimed to investigate the articulation between empathic dimensions and the TPB in predicting the intention to use social networks. The variables investigated included the empathic components of Empathic Concern, Personal Distress, Perspective-Taking, and Fantasy, as well as the classic elements of TPB: Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control. The research was structured in two studies — exploratory and confirmatory — based on the central hypothesis that components of empathy contribute to explaining the Intention to Use social networks. The main objective was to systematize and analyze the literature on Empathy, the Theory of Planned Behavior, and intention to use social networks, and to examine the relationships between these constructs. The dissertation is organized into an introduction and two chapters. The first chapter, theoretical, presents the conceptual foundations regarding the use of social networks, the TPB, Martin Hoffman's theory of empathy, and the articulation between these approaches. The second chapter, empirical, consists of an article encompassing the two studies carried out. In the first study, of an exploratory nature, a factor analysis was conducted that revealed significant relationships between the constructs of empathy and TPB, highlighting the centrality of the Fantasy dimension in the intention to use. The second study, confirmatory in nature, involved a mediation analysis that confirmed the role of Fantasy as a link between intention to use and empathy. Moreover, demographic variables proved relevant in shaping user profiles and were subsequently controlled in the second study. This finding represents an important contribution to the understanding of digital behavior and underscores the potential of Fantasy as an interpretative key in the context of social networks. Finally, the study reinforces the importance of considering sociodemographic variables, digital relationality, and the role of Fantasy in future research and interventions.

Keywords: Social Media Use. Theory of Planned Behavior. Empathy. Fantasy.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 *Correlação entre fatores de empatia e fatores do comportamento planejado.....62*

Tabela 2 *Apresentação dos efeitos do modelo de mediação70*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 <i>Representação gráfica do modelo de componentes da Teoria do Comportamento Planejado</i>	26
Figura 2 <i>Estrutura de rede dos fatores de Empatia e Comportamento Planejado no uso de Redes Sociais</i>	64
Figura 3 <i>Gráfico de centralidade usando medidas padronizadas de força, proximidade e intermediação do nó</i>	65
Figura 4 <i>Representação gráfica do modelo de mediação da relação entre Empatia e Intenção de Uso das redes sociais</i>	69

LISTA DE SIGLAS

AT - Atitude em relação ao Comportamento

CGI - Comitê Gestor de Internet

CP - Controle Comportamental Percebido

INT - Intenção Comportamental

RS - Redes Sociais

PWM - Modelo de Disposição Prototípica

NS - Norma Subjetiva

TCP - Teoria do Comportamento Planejado

TPB - Theory of Planned Behavior

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I - INTENÇÃO DE USO DE REDES SOCIAIS: QUAIS FATORES PODEM EXPLICAR ESTE COMPORTAMENTO?	16
1.1 Panorama Atual das Redes Sociais: Difusão, Dinâmicas e Impactos no Cotidiano	17
1.2 Teoria do Comportamento Planejado	21
1.2.1 Marco temporal e desenvolvimento das bases teóricas	21
1.2.2 Teoria do Comportamento Planejado: Fundamentos	23
1.2.3 Teoria do Comportamento Planejado: Estrutura Conceitual	25
1.2.4 Aplicações da Teoria do Comportamento Planejado na Compreensão do Uso de Redes Sociais	32
1.2.5 Críticas ao modelo da Teoria do Comportamento Planejado	37
1.3 Empatia	39
1.3.1 Aspectos conceituais e processuais da Empatia	39
1.3.2 Empatia, desumanização e sobrecarga nas redes sociais: perspectivas teóricas e interacionais	43
1.4 Integração da Empatia para a Compreensão do Uso de Redes Sociais Sob a Perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado	47
CAPÍTULO II - FATORES CENTRAIS NA RELAÇÃO ENTRE EMPATIA E COMPORTAMENTO PLANEJADO NO USO DE REDES SOCIAIS	53
Introdução	56
Estudo 1. Análise exploratória dos fatores de comportamento planejado, empatia e intenção de uso de redes sociais	59
Método	59
Participantes	59
Amostra	60
Instrumentos utilizados	60
Procedimento de coleta dos dados	61
Análise dos dados	61
Resultados	62
Discussão parcial	66
Estudo 2. Análise confirmatória da mediação da Fantasia entre os fatores de empatia e a intenção de uso das redes sociais	68
Método	68
Participantes	68
Instrumentos	68

<i>Análise dos dados</i>	68
Resultados	69
Discussão geral	70
Considerações finais dos resultados	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO	79
REFERÊNCIAS	83
APÊNDICES	104
Apêndice I - Questionário Sociodemográfico	105
Apêndice II – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	106
ANEXOS	108
Anexo I – Escala Multidimensional para o Uso de Mídias Sociais (EMUMS)	109
Anexo II - Índice de Reatividade Interpessoal de Davis (IRI)	111
Anexo III - Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa	112

A tecnologia e o uso de redes sociais (RS) se apresentam como elementos participantes da vida cotidiana, em inter-relação com o estilo de vida contemporâneo. As redes sociais parecem estar presentes no dia a dia das pessoas como pontos de comunicação, relacionamento interpessoal, informação e consumo de conteúdo (Miguel et al., 2021; Hanafizadeh et al., 2012).

Nesse sentido, as ciências e, em especial, a psicologia buscam entender fenômenos que possam estar imbricados nessa realidade social. Especificamente, problemas associados a diferentes comportamentos online têm sido objeto de estudos sobre desenvolvimento, habilidades, ética, entre outros. Partindo do pressuposto, discussões recentes acerca das relações humanas nesse espaço — como a divulgação de notícias falsas, discursos de ódio, polarização política, cyberbullying e outros temas — colocam uma lupa sobre a busca por compreender como um ambiente de interação social pode promover questões tão complexas (Freitas, 2017).

A qualidade dessas relações amplia o espaço para se pensar em competências centrais envolvidas nas interações humanas, como a Empatia. Este construto é definido como uma habilidade que permite compartilhar a experiência de outra pessoa, envolvendo mecanismos cognitivos de tomada de perspectiva e mecanismos afetivos de compartilhamento emocional (Hoffman, 2000).

Segundo a perspectiva de Martin Hoffman (2000), esse processo é multidimensional e ocorre a partir de pontos mais basais e inatos até mecanismos mais complexos e robustos, desenvolvendo-se ao longo da vida. Considerando que os indivíduos desenvolvem suas competências sociais de acordo com o contexto, compreende-se que a empatia se apresenta com diversas facetas dentro do espaço das redes sociais (Gaggero et al., 2024).

Estudos que consideram a Empatia e o comportamento pró-social costumam discutir que estimular dimensões empáticas mais complexas, como as cognitivas, pode ser um meio

de possibilitar a pró-sociabilidade (Shao et al., 2023). Isso porque a dimensão afetiva da empatia pode provocar sensações aversivas de angústia, dificultando a permanência ou a aproximação do objeto da empatia (Hoffman, 2000). Nessa direção, abordagens mais cognitivas associadas ao fator de Empatia podem apontar para um melhor entendimento do comportamento nas redes, considerando que pessoas mais empáticas buscam maior interação social.

Uma abordagem cognitiva e social que tem sido amplamente utilizada no campo de estudo das redes sociais, é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP). Este modelo propõe que as pessoas tenham uma ação comportamental gerada por uma intenção, que, por sua vez, é construída a partir da atitude em relação ao objeto, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido (Ajzen, 2011).

A atitude refere-se à avaliação do objeto comportamental; a norma subjetiva corresponde à percepção sobre a influência social e de pessoas importantes para o indivíduo na realização do comportamento; o controle comportamental percebido refere-se às habilidades, competências ou ocasiões percebidas pela pessoa. Todos esses fatores geram a intenção de adotar determinado comportamento, predispondo à ação (Moutinho & Roazzi, 2010; Ajzen, 2011).

Embora a TCP tenha muita aceitação, algumas críticas são direcionadas a ela em decorrência das variações percebidas nos resultados das pesquisas, mais especificamente na previsão do comportamento e na sobreposição de algumas variáveis. Desse modo, amparados em perspectivas do próprio autor, parece importante investigar outras variáveis adicionais que ajudem a explicar os comportamentos (Ajzen, 2020; Ajzen, 2011).

Considerando que intervenções que priorizam a cognição são apontadas positivamente no desenvolvimento da empatia (Shao et al., 2023), e que pessoas empáticas costumam buscar a interação social, além de a TCP não considerar de forma efetiva o papel

dos afetos no comportamento, parece haver suporte para pensar na união dessas variáveis na explicação da intenção de uso das redes sociais. De um lado, a TCP, com seu arcabouço cognitivo, comportamental e social; de outro, a teoria da Empatia, com ênfase cognitiva, afetiva e de desenvolvimento. Ambas propostas são utilizadas em estudos no contexto das interações nas redes sociais.

Sendo assim, formula-se o seguinte problema de pesquisa: Os fatores de Empatia se relacionam aos domínios da Teoria do Comportamento Planejado na explicação da intenção de uso de redes sociais?

Este estudo justifica-se pela necessidade de compreender o comportamento das pessoas nas redes, considerando que esses espaços interacionais poderiam ser positivos para o desenvolvimento e a compensação de habilidades, mas também se mostram um campo de hostilidade e problemáticas nas relações sociais. Além disso, considerando que a Empatia é uma habilidade que pode ser desenvolvida, estar em ambientes que minem esse desenvolvimento pode trazer consequências sociais em larga escala, considerando processos como contágio e influência social (Kramer et al., 2014).

Finalmente, as redes são espaços de compartilhamento de informações e contato com pessoas significativas, que geram senso de pertencimento grupal e avaliação sobre objetos e indivíduos. Esses processos envolvem a geração de crenças, que são ideias constituídas e promovem a atribuição de qualidades aos objetos comportamentais, o que é explicado pela Teoria do Comportamento Planejado, além de fomentar a percepção sobre o que é esperado como comportamento dos indivíduos.

Portanto, os objetivos do presente estudo são:

Objetivo Geral

Explorar a relação entre os fatores de empatia e os domínios da Teoria do Comportamento Planejado no contexto do uso de redes sociais.

Objetivos Específicos

Sistematizar e analisar a literatura sobre empatia, Teoria do Comportamento Planejado e intenção de uso de redes sociais.

Investigar quais fatores da empatia e/ou da Teoria do Comportamento Planejado possuem maior centralidade na relação entre esses domínios.

Verificar se os fatores de empatia exercem um papel mediador na relação entre variáveis relevantes e os domínios da Teoria do Comportamento Planejado.

Investigar os correlatos demográficos da empatia e do comportamento planejado

Esta produção está dividida em dois capítulos. O primeiro capítulo fornece as bases teóricas que fundamentam este estudo. Nele, o leitor poderá verificar, a princípio, o panorama atual das redes sociais. Em seguida, o capítulo versa sobre a Teoria do Comportamento Planejado, seu desenvolvimento, marco histórico e robustez, estrutura conceitual e desenvolvimento de variáveis, aplicações aos estudos de redes sociais bem como limites encontrados na mesma. Posteriormente, é apresentada a teoria de Empatia, utilizando-se do embasamento teórico em Martin Hoffman. São discutidos aspectos morais, estágios de desenvolvimento, fatores e contribuições da mesma no entendimento das redes sociais, bem como a exploração de consonância entre estes dois campos teóricos em explicação ao uso das redes.

O segundo capítulo apresenta dois estudos empíricos que operacionalizam os objetivos aqui expostos, com base na construção teórica a seguir. O primeiro estudo, de cunho exploratório, analisa a relação entre os fatores de empatia e os de comportamento planejado na intenção de uso das redes. O segundo estudo, por sua vez, confirma direções demonstradas e discutidas no primeiro artigo, testando um modelo de mediação e discutindo o papel da fantasia na relação entre estes construtos. A produção se encerra com considerações finais acerca de todo o desenvolvimento e, especialmente, quanto aos achados.

**CAPÍTULO I - INTENÇÃO DE USO DE REDES SOCIAIS: QUAIS FATORES PODEM
EXPLICAR ESTE COMPORTAMENTO?**

1.1 Panorama Atual das Redes Sociais: Difusão, Dinâmicas e Impactos no Cotidiano

As tecnologias digitais e as redes sociais (RS) transformaram profundamente a forma como as pessoas se conectam, compartilham informações e interagem em diferentes contextos sociais, educacionais e profissionais. O crescimento dessas plataformas impacta desde o cotidiano individual até as dinâmicas organizacionais e acadêmicas, trazendo benefícios, desafios e novas oportunidades de pesquisa (Hanafizadeh et al., 2012).

Nesse cenário, o comportamento na mídia tornou-se um objeto de interesse científico no campo da psicologia, partindo-se do pressuposto de que os conteúdos midiáticos contribuem para a construção dos sujeitos, tendo em vista que disseminam valores e condutas (Miguel et al., 2021).

As redes sociais vêm se tornando cada vez mais relevantes nos últimos anos. Em 2020, estes espaços contavam com cerca de 3,6 bilhões de usuários no mundo, com projeções de crescimento contínuo (Statista, 2020), observando que seu uso é significativamente maior entre os jovens. Na Itália, por exemplo, 91% dos indivíduos com idades entre 18 e 30 anos estão inscritos em alguma rede social, sendo que esse índice tende a diminuir conforme a idade aumenta (Ciaccio & Giorgi, 2013). De maneira semelhante, na Ucrânia, os jovens utilizam redes sociais com maior frequência do que pessoas mais velhas (Havryliuk, 2023).

Dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI, 2021) apontam que aproximadamente 152 milhões de brasileiros eram usuários da internet em 2020, o que equivale a 81% da população com mais de 10 anos de idade. Esse número representa um aumento de 74% em relação a 2019. Dentre esses usuários, 99% acessavam a internet por meio de aparelhos celulares. Quanto às atividades realizadas, destacam-se a troca de mensagens instantâneas (93%), conversas e chamadas de voz/vídeo (80%) e o uso de redes sociais (72%).

Um serviço de rede social — também chamado de site de rede social (SRS) ou mídia social — consiste em uma plataforma online utilizada por diferentes públicos para estabelecer relações com outras pessoas que compartilham interesses em comum. Nesses espaços, os usuários podem criar perfis pessoais e personalizados, acessar conteúdo audiovisual, enviar mensagens instantâneas e compartilhar fotos e vídeos, entre outras funcionalidades (Kavitha, 2024).

Historicamente, essas plataformas surgiram por volta de 1995, com o lançamento do *TheGlobe.com*, voltado para chats pessoais. Com o tempo, passaram por significativas mudanças e atualizações, incluindo a introdução de perfis de usuários — recurso que se tornou elemento central dessas redes. Ao final da década de 1990, por exemplo, destaca-se o *Cyworld*, considerado o primeiro grande SRS de massa. Outras plataformas importantes ao longo da trajetória incluem o LinkedIn, Orkut, MySpace e, sobretudo, o Facebook, que em 2009 consolidou-se como o maior site de rede social do mundo, período no qual o termo “mídia social” ganhou popularidade (Kavitha, 2024).

Importa mencionar que, no campo da pesquisa científica, os termos “mídias sociais”, “sites de redes sociais” e “redes sociais” são geralmente utilizados como sinônimos. Essa multiplicidade de terminologias e suas variações tecnológicas são, inclusive, apontadas como entraves para a sistematização e análise precisa de dados sobre as RS (Zachlod, 2022).

Entre estudantes universitários, o WhatsApp e o Instagram figuram como as redes sociais mais utilizadas, seguidas por Facebook e Twitter. Embora o uso do Facebook tenha diminuído em determinados grupos, a plataforma continua apresentando a maior projeção de crescimento em número de usuários, seguida por LinkedIn e Twitter, desde que as tendências atuais se mantenham (Loncar & Kermed, 2020; Mese & Adin, 2019; Jayaram et al., 2020). Além disso, o uso de RS é mais intenso em grandes centros urbanos do que em áreas rurais

(Havryliuk, 2023). Entre os estudantes, o principal objetivo do consumo dessas redes é o entretenimento, seguido por finalidades acadêmicas (Mese & Adin, 2019).

Além da troca de mensagens — como já mencionado (Kavitha, 2024) —, as redes sociais, inicialmente vistas como instrumentos de entretenimento, rapidamente se transformaram em ferramentas de manutenção de conexões sociais. Elas passaram a facilitar interações tanto presenciais quanto virtuais, promovendo um senso ampliado de pertencimento (Parady et al., 2019; Olecká et al., 2022; Shannon, 2019; Sharaievska & Stodolska, 2017).

Posteriormente, essas redes começaram a ser empregadas como meios de mobilização social e ativismo. Por meio delas, é possível organizar movimentos, disseminar informações e fomentar identidades ativistas. As redes oferecem, portanto, possibilidades de participação, socialização e construção de preferências políticas, além de potencializarem o cuidado coletivo e a atuação em causas sociais (Passy, 2001; Louis et al., 2016; Cronin et al., 2022).

Do mesmo modo, organizações e movimentos sociais passaram a utilizar as redes sociais para influenciar práticas empresariais, promover mudanças institucionais e estabelecer colaborações entre consumidores e empresas, ampliando o alcance e o impacto das campanhas digitais (Ghobadi & Sonenshein, 2024; Mindel et al., 2024). Além disso, o compartilhamento de experiências cotidianas — como o lazer em família — tem contribuído para a construção e a expressão de identidades tanto individuais quanto coletivas, fortalecendo laços sociais e ressignificando os conceitos tradicionais de família e comunidade (Shannon, 2019; Sharaievska & Stodolska, 2017).

Com o passar do tempo, as redes sociais passaram por uma transformação significativa em suas funções, deixando de ser exclusivamente espaços de lazer e tornando-se ambientes voltados à conexão interpessoal, ao ativismo social, às atividades comerciais e à construção da identidade social. Essa evolução reflete a capacidade de adaptação dessas

plataformas às demandas sociais, culturais e econômicas dos usuários, bem como às transformações constantes da sociedade contemporânea. Diversas pesquisas vêm investigando os efeitos dessas redes sobre temas como identidade, privacidade, capital social, juventude e educação. Um dado ilustrativo desse panorama é que, em 2015, 63% dos usuários nos Estados Unidos utilizavam Facebook ou Twitter como fontes de notícias (Kavitha, 2024). Dessa forma, compreender as motivações que impulsionam o uso das redes sociais mostra-se cada vez mais relevante, especialmente quando se consideram os efeitos sociais, educacionais, políticos e psicológicos que essas plataformas têm produzido na atualidade.

Além disso, vale mencionar o aumento significativo do consumo e a importância das redes no contexto da pandemia do COVID-19, desempenhando papéis centrais na disseminação de informações, manutenção de conexões sociais e também na propagação de desinformação e impactos na saúde mental. Como efeito positivo, houve a disseminação rápida de informações de saúde, propagação dos protocolos, medidas preventivas e de achados científicos. Por outro lado, também foi observada propagação de notícias falsas, teorias da conspiração e informações médicas não verificadas, o que pode ter contribuído para aumento da sensação de pânico e desinformação (Mourad et al., 2020; González-Padilla et al., 2020).

Quanto à saúde mental e bem estar social, houve a manutenção do contato social, uma possibilidade de redução do isolamento e suporte emocional. Por outro lado, também foi notado o aumento de sensações e sintomas ansiosos, consumo alto e “vício” em redes sociais, além de comparação passiva. Estas informações se relacionam diretamente com a forma de usar as redes - se um consumo passivo ou ativo. Consumo passivo, como apenas absorção de conteúdo, costuma associar-se a mais sintomas negativos, enquanto um consumo ativo, pode gerar efeitos positivos para os usuários (Masciantonio et al., 2020; Gomez-Galán).

Diversos modelos teóricos buscam fornecer explicações para a adoção de novas tecnologias, como as redes sociais. Estes modelos concentram-se em comportamento de consumo, destacando fatores internos e externos - influência, comunicação de massa e imitação (Bass, 1969), além de Usos e Gratificações, partindo de princípios de seleção de conteúdo midiático com base em motivações pessoais, sociais e funcionais (Gan & Li, 2018; Athwal et al., 2019; Filipóvic, 2012). Uma teoria que desponta como alternativa relevante neste sentido é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) tendo em vista que busca elucidar os mecanismos subjacentes à ação comportamental, com fundamentos em dimensões cognitivas, comportamentais e sociais.

1.2 Teoria do Comportamento Planejado

1.2.1 Marco temporal e desenvolvimento das bases teóricas

O estudo da psicologia passou por profundas transformações ao longo do século XX. Inicialmente, o behaviorismo predominou nas primeiras décadas, exercendo forte influência sobre o entendimento do comportamento humano, principalmente após o esforço para que a psicologia fosse reconhecida como ciência rigorosa. Essa abordagem concentrou-se nos comportamentos observáveis e mensuráveis, relegando a um segundo plano a importância dos processos mentais internos, e durante grande parte do século XX, especialmente nos Estados Unidos, dominou o campo da psicologia, contribuindo de maneira expressiva para o entendimento dos mecanismos de aprendizagem (Laran & Janiszewski, 2023; Staddon, 2021).

Entretanto, apesar da aplicação prática e dos avanços proporcionados pelo behaviorismo, essa perspectiva sofreu críticas relevantes. A principal delas está relacionada à

minimização dos efeitos dos processos cognitivos e mentais, o que limitava a compreensão de fenômenos mais complexos e sutis do comportamento humano (Carr, 2020; Garnhan, 2019). Foi neste cenário que emergiu o cognitivismo, a partir dos anos 1960, buscando superar as limitações do behaviorismo ao enfatizar a importância dos processos mentais, tais como percepção, memória, linguagem e pensamento (Zagaria & Lombardi, 2024; Amundson, 1983).

Nos anos 1980 e 1990, as pesquisas passaram a valorizar a motivação e os fatores contextuais que influenciam o comportamento. Nessa época, necessidades e motivos começaram a ser incorporados em teorias que buscavam explicar como esses elementos impactam o comportamento humano. Exemplos são as teorias do reforço e da avaliação cognitiva, que consideram como estímulos externos e avaliações internas afetam a motivação para agir (Ambrose & Kulik, 1999; Nittala et al., 2024).

Dentre essas abordagens, destaca-se a teoria social cognitiva de Bandura, que propôs um modelo no qual fatores pessoais, comportamentais e ambientais interagem de forma recíproca para determinar o comportamento. Esta teoria enfatiza conceitos como autoeficácia, autorregulação e expectativas de resultado, os quais desempenham papel fundamental na motivação e na execução das ações (Schunk & DiBenedetto, 2020).

Outras teorias importantes surgiram nesse período, ampliando o entendimento sobre o comportamento humano. Entre elas, a teoria da autodeterminação, a teoria da expectativa-valor, a teoria da orientação para metas, e modelos que integram fatores culturais e sociais de grupo (Ambrose & Kulik, 1999; Schunk & DiBenedetto, 2020; Nittala et al., 2024). Essas teorias, comumente classificadas como teorias da motivação, oferecem diferentes perspectivas sobre os fatores que impulsionam o comportamento humano e sobre como esses elementos podem ser aplicados para otimizar o desempenho e os resultados individuais.

A teoria da autodeterminação, por exemplo, distingue entre dois tipos principais de motivação: intrínseca, que decorre do prazer ou interesse na própria atividade; e extrínseca, que está relacionada a recompensas ou pressões externas. Além disso, a teoria detalha subcomponentes que explicam como o ambiente pode favorecer ou dificultar a motivação autônoma, influenciando assim o engajamento e a persistência nos comportamentos (Martela, 2020).

Por sua vez, a teoria da expectativa-valor propõe que o comportamento é guiado pela expectativa de sucesso e pelo valor atribuído à tarefa. As expectativas referem-se à crença do indivíduo em sua capacidade de alcançar um determinado resultado, enquanto os valores compreendem o interesse, a utilidade e a importância da atividade para a pessoa. A combinação de altas expectativas e elevado valor atribuído prediz níveis maiores de engajamento, desempenho e persistência no comportamento (Nittala et al., 2024; Wigfield & Eccles, 2002; Wijnia & Urhahne, 2023).

No contexto dessas teorias, a Teoria do Comportamento Planejado se posiciona como uma abordagem intermediária entre as perspectivas comportamentais, cognitivas e sociais. Ela tem se destacado como um importante modelo para o estudo do comportamento humano em áreas sociais e comportamentais, sendo amplamente utilizada em pesquisas desde sua formulação, com uso crescente ao longo do tempo (Bosnjak et al., 2020).

1.2.2 Teoria do Comportamento Planejado: Fundamentos

Postulada por Ajzen em 1991, a TCP apresenta um modelo teórico que busca explicar como os indivíduos tomam decisões comportamentais, ou seja, quais mecanismos cognitivos são mobilizados na execução de um comportamento específico (Ajzen, 1991). Essa teoria

emergiu num contexto de grandes transformações na psicologia, particularmente a partir do final dos anos 1960 e ao longo das décadas de 1980 e 1990.

Originalmente, o campo da psicologia era dominado pelo behaviorismo, que privilegiava o estudo dos comportamentos observáveis e das relações estímulo-resposta (Maalaoui & Tornikoski, 2019). Com a virada cognitivista nos anos 1970, ganhou maior relevância a análise dos processos mentais internos, como crenças, atitudes e intenções, que passaram a ser fundamentais para a explicação do comportamento humano. Essa mudança paradigmática possibilitou o desenvolvimento de modelos teóricos que integravam fatores internos e externos na previsão do comportamento, como é o caso da TCP.

Assim, a relação anteriormente compreendida apenas entre atitudes e comportamentos começou a incorporar um elemento mediador: a intenção comportamental. Ou seja, a intenção de realizar uma ação passou a ser vista como o preditor mais proximal do comportamento real (Roazzi et al., 2014). Para a TCP, o indivíduo realiza uma avaliação dos elementos disponíveis no momento em que decide executar um comportamento, considerando crenças, normas sociais e seu próprio controle sobre a ação.

A TCP é uma evolução do Modelo da Ação Racional, inicialmente proposta por Martin Fishbein na década de 1960. Esse modelo assume que os seres humanos são agentes racionais que utilizam as informações disponíveis para avaliar as consequências de seus comportamentos antes de agir (Ajzen & Fishbein, 1970, 1977; Moutinho & Roazzi, 2010). Segundo o modelo da ação racional, o comportamento é resultado da intenção, que, por sua vez, é influenciada pelas atitudes em relação ao comportamento e pelas crenças normativas (Smetana & Adler, 1980).

Posteriormente, Ajzen junta-se a Fishbein para aprimorar o modelo, incorporando o papel das normas subjetivas — as percepções sobre as expectativas dos outros — como fator que influencia as atitudes e a intenção comportamental. Assim, surgiu a Teoria da Ação

Racional (TAR), que ampliou a compreensão sobre os determinantes do comportamento (Fishbein & Ajzen, 1975; Shimp & Cavas, 1984; Vallerand et al., 1992).

Apesar da ampla aceitação e formulação robusta da TAR, seus autores reconheceram que, além das variáveis de atitude e normas subjetivas que influenciam a intenção e desta o comportamento, outros fatores poderiam afetar o processo. Um exemplo estudado são os hábitos, que refletem a repetição do comportamento e indicam a percepção de autoeficácia do indivíduo em relação à execução das ações. Por isso, os hábitos passaram a ser investigados em conjunto com o modelo (Moutinho & Roazzi, 2010).

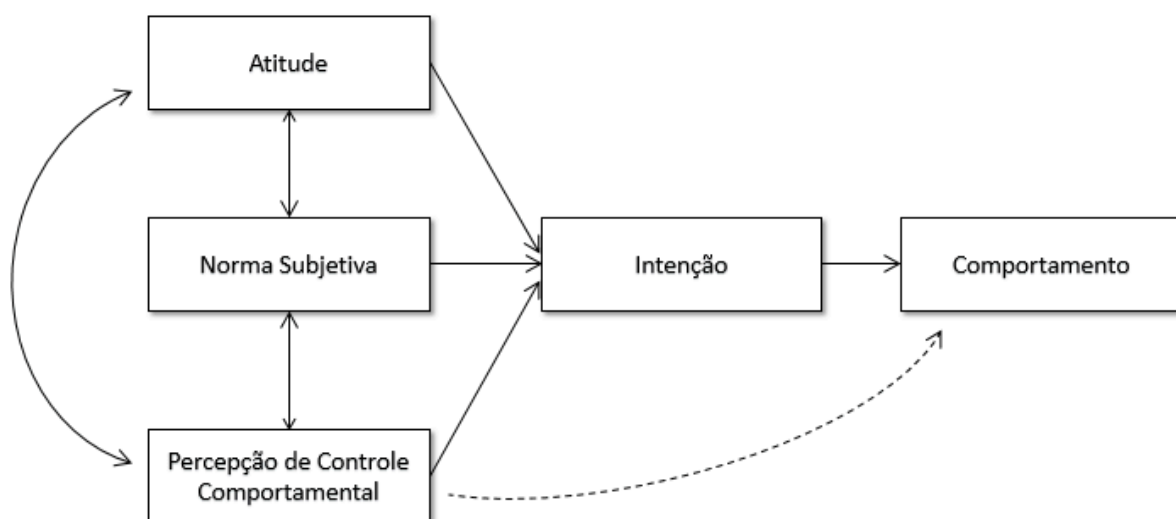
Considerando achados de outras variáveis comportamentais em conjunto ao modelo, Ajzen expandiu o modelo da TAR ao introduzir o conceito de controle comportamental percebido, que refere-se à percepção do indivíduo sobre sua capacidade de realizar um comportamento, considerando obstáculos e facilidades existentes. Essa ampliação resultou na formulação da Teoria do Comportamento Planejado, apresentada em 1991. Esse modelo combinou fatores cognitivos, sociais e de controle, oferecendo um entendimento mais completo e eficaz para explicar e prever o comportamento humano em diversas áreas, como saúde, social e organizacional (Ajzen, 1991; Bosnjak et al., 2020).

1.2.3 Teoria do Comportamento Planejado: Estrutura Conceitual

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) concebe o comportamento como resultado da interação entre três componentes principais: atitude (AT), norma subjetiva (NS) e controle comportamental percebido ou percepção de controle comportamental (CP), que resultam em uma intenção (INT), predispondo o indivíduo ao componente de ação, com destaque para o componente de percepção de controle, que pode exercer influência direta sobre o comportamento.

Figura 1

Representação gráfica do modelo de componentes da Teoria do Comportamento Planejado.



Nota. Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991).

Estes fatores envolvem a percepção de facilidade ou dificuldade na emissão da resposta comportamental, as normas sociais que permeiam essa ação, além da atribuição de aspectos positivos ou negativos ao objeto comportamental e as prováveis consequências advindas de sua execução. Esses elementos são operacionalizados com base nas crenças de controle, crenças normativas e crenças comportamentais, respectivamente (Armitage & Conner, 2001; Sussman & Gifford, 2018).

Crenças

As crenças são a base para a constituição das variáveis da TCP, por isso, considerou-se pertinente defini-las e contextualizá-las a princípio. As crenças comportamentais referem-se diretamente à atitude favorável ou desfavorável em relação a um determinado comportamento, influenciando a predisposição do indivíduo para realizá-lo. As

crenças normativas estão relacionadas à percepção da pressão social, que emerge das concepções sociais internalizadas pelo sujeito. Por sua vez, as crenças de controle se associam à percepção de autoeficácia, isto é, à avaliação do indivíduo acerca de sua capacidade para exercer controle sobre o comportamento em questão.

As crenças, nesse contexto, representam as formas pelas quais o indivíduo percebe o mundo e a si mesmo, sendo constituídas ao longo da vida a partir das experiências vivenciadas e da formação das concepções pessoais. Sua construção ocorre por meio da interação entre os aspectos externos e internos ao sujeito, processadas através da observação direta, da assimilação de informações provenientes de fontes externas e das inferências realizadas a partir desses dados (Roazzi et al., 2014).

Ademais, as crenças não são estáticas; elas podem dar origem a novas crenças à medida que o indivíduo acumula experiências. A associação entre novas situações e vivências anteriores, sejam relativas a objetos comportamentais ou a pessoas, promove a atribuição de características qualificativas aos objetos em questão. Quanto mais intensa for essa qualificação atribuída, mais robusta torna-se a crença (Fishbein & Ajzen, 2010; Parker & Manstead, 1995).

Especificamente, as crenças comportamentais e a avaliação do objeto dão origem às atitudes; as crenças normativas, compreendidas como as informações disponíveis no repertório cognitivo do indivíduo, juntamente com a motivação para concordar com a referência social relevante (seja grupo ou pessoa de importância para o sujeito), formam a norma subjetiva, e as crenças sobre controle dão origem ao controle percebido (Moutinho & Roazzi, 2010; Fishbein & Ajzen, 2010). Tendo explorado as bases conceituais que sustentam os componentes teóricos do modelo, passaremos a descrição destas variáveis.

Atitude

Segundo o escopo inicial da Teoria da Ação Racional, precedente à TCP, a atitude pode ser mensurada por meio do afeto favorável ou desfavorável que o indivíduo associa ao objeto em questão. Os termos avaliação e afeto são utilizados como sinônimos para designar o juízo subjetivo que o indivíduo faz do objeto comportamental (Roazzi et al., 2014). É importante ressaltar que este é o único espaço em que a dimensão afetiva aparece de forma explícita na teoria.

A atitude, como construto psicológico, representa a perspectiva subjetiva que o indivíduo possui em relação a um comportamento específico. Essa perspectiva manifesta-se por meio da avaliação dos valores associados ao comportamento, podendo assumir caráter positivo ou negativo conforme a avaliação do sujeito (Sheriff & Cantril, 1946; Kepatuhan et al., 2008).

Adicionalmente, as atitudes são influenciadas pelas crenças relativas às consequências do comportamento; quando essas consequências são percebidas como relevantes para o indivíduo, a intenção de agir é potencializada, mesmo que essa intenção, por vezes, contrarie normas subjetivas ou convicções gerais (Moutinho & Roazzi, 2010).

Assim como as crenças constituem-se por atribuições a objetos, as atitudes se formam a partir da favorabilidade ou desfavorabilidade a esses mesmos objetos. Quando um indivíduo acredita que um objeto possui características positivas, a atitude em relação a ele tende a ser mais favorável. Dessa forma, a intensidade das crenças está intrinsecamente relacionada à formação e à força da atitude, que, por sua vez, reflete a avaliação dos possíveis resultados do comportamento (Moutinho & Roazzi, 2010; Ajzen, 2020). Especificamente, as crenças comportamentais e a avaliação do objeto dão origem às atitudes. A atitude é antecedente da intenção.

Norma Subjetiva

A norma subjetiva se refere à maneira como o sujeito internaliza as normativas sociais que o cercam, incluindo grupos aos quais pertence — familiares, amigos e outros círculos sociais. Essas normas influenciam a compreensão do indivíduo acerca do objeto em questão e estão intimamente relacionadas aos demais construtos teóricos, como as atitudes e a percepção do controle comportamental (La Barbera & Ajzen, 2020; Fisher & Karl, 2021).

Em essência, a norma subjetiva contempla as crenças do indivíduo acerca das expectativas sociais dirigidas a ele, bem como a motivação para agir em conformidade com essas expectativas (Moutinho & Roazzi, 2010), englobando tanto normas injuntivas (o que as pessoas importantes acham que se deve fazer) quanto normas descritivas (o que as pessoas realmente fazem) (Ajzen, 1991).

A norma subjetiva também exerce influência sobre a intenção. As crenças normativas, compreendidas como as informações disponíveis no repertório cognitivo do indivíduo, juntamente com a motivação para concordar com a referência social relevante (seja grupo ou pessoa de importância para o sujeito), formam a norma subjetiva (Moutinho & Roazzi, 2010; Fishbein & Ajzen, 2010).

Embora a norma subjetiva seja um dos três principais preditores da intenção comportamental, pesquisas mostram que, em geral, ela tende a ser um preditor mais fraco em comparação com atitude e controle comportamental percebido, especialmente devido a limitações na sua mensuração e à necessidade de expandir o componente normativo (Armitage et al., 2001). Apesar disso, estudos recentes indicam que a influência da norma subjetiva pode variar conforme o contexto, o tipo de norma (injuntiva ou descritiva), o grupo de referência (família, amigos) e o grau de identificação com esse grupo (Botetzagias et al., 2024).

Controle Comportamental Percebido

O controle comportamental expressa a habilidade percebida pelo indivíduo em relação à execução do comportamento. Isso envolve uma avaliação das competências pessoais para realizar determinada ação, incluindo a facilidade com que o comportamento pode ser manifestado, as oportunidades existentes e a capacidade do sujeito para expressá-lo no contexto social e físico em que está inserido (Hagger et al., 2022).

A autoeficácia é um conceito que tem base na teoria social de Bandura e aproxima-se de forma relevante da percepção de controle dos indivíduos. Esta é entendida como a percepção de autocompetência e está positivamente associada tanto ao controle comportamental quanto à intenção de agir (Wang et al., 2023).

O controle comportamental fundamenta-se nas crenças de controle, que correspondem às concepções que o indivíduo possui acerca de sua habilidade para desempenhar determinada ação. Essas crenças exercem influência tanto sobre a intenção de executar o comportamento quanto sobre a realização efetiva do mesmo (Schifter & Ajzen, 1985). Ou seja, embora todas as variáveis (atitude, norma e controle comportamental) se relacionem com o comportamento através da intenção, a percepção de controle também exerce influência sobre a efetivação da ação, sem a necessidade de passar pela intenção.

Amparado nessa realidade, tanto a influência da atitude sobre o comportamento quanto o impacto da norma subjetiva sobre a intenção são modulados pela percepção de controle exercida pelo indivíduo (Ajzen, 2020; Bosnjak et al., 2020). É crucial salientar que a percepção de controle só exercerá uma predição eficaz sobre o comportamento quando for realista, ou seja, quando o indivíduo dispuser de informações suficientes sobre o objeto

comportamental e sobre os recursos pessoais necessários para sua execução (Roazzi et al., 2014).

Intenção e Comportamento

No âmbito teórico da TCP, observa-se que quanto maior for a atitude positiva e a norma subjetiva favorável a um comportamento, maior será a intenção do indivíduo de realizá-lo. Isso se verifica especialmente quando o sujeito detém um grau suficiente de controle real sobre a execução do comportamento, momento em que a ação se torna provável de ocorrer assim que surgir a oportunidade adequada. Portanto, a intenção é concebida como o antecedente imediato do comportamento (La Barbera & Ajzen, 2020; Bosnjak et al., 2020).

Na TCP, a intenção é definida como a motivação consciente de uma pessoa para realizar um comportamento específico, refletindo o quanto a pessoa está disposta a se esforçar para executar a ação. É o grau de disposição de um indivíduo para tentar realizar um comportamento, representando o quanto a pessoa planeja ou pretende agir de determinada forma (Ajzen, 1991). Em suma, a intenção é uma variável definida pelos aspectos volitivos e de motivação para a execução de um comportamento (Krueger & Carsrud, 1993).

Na TCP, comportamento é definido como uma ação específica, realizada por um indivíduo, em um contexto e momento determinados, que pode ser prevista pela intenção de agir, desde que a pessoa tenha controle suficiente sobre a ação. Três aspectos principais caracterizam o comportamento - especificidade, observação e volicionalidade. Ou seja, um comportamento deve ser claramente definido em termos de quem realiza, o que faz, em que situação e quando; deve também ser observável e mensurável; e está, ao menos em parte, sob controle volitivo do indivíduo, ou seja, a pessoa pode escolher realizá-lo ou não (Ajzen, 1991; Ajzen, 2020; Kepatuhan et al., 2008).

Fishbein e Ajzen (1975) destacam a importância de definir e mensurar adequadamente a variável “comportamento”. Para tanto, é preciso diferenciar a ação específica de um conjunto de comportamentos, assim como distinguir o comportamento em si das suas consequências ou efeitos. Por exemplo, bom rendimento acadêmico ou boas notas é um comportamento ou a consequência de um comportamento? Essa distinção torna-se ainda mais relevante quando se considera o contexto e o momento em que o comportamento ocorre, uma vez que tais fatores podem influenciar a manifestação do comportamento observado.

Outros aspectos contextuais, tais como sexo, religião, características de personalidade e variáveis demográficas, também devem ser cuidadosamente considerados pelos pesquisadores na investigação dos comportamentos, pois podem atuar como moderadores ou mediadores nas relações previstas pela teoria (Fishbein & Ajzen, 1975).

1.2.4 Aplicações da Teoria do Comportamento Planejado na Compreensão do Uso de Redes Sociais

A Teoria do Comportamento Planejado apresenta-se como uma alternativa relevante para a explicação de comportamentos humanos, tendo em vista que busca elucidar os mecanismos subjacentes à ação comportamental. Segundo Ajzen (1991), o comportamento humano é precedido por uma intenção, sendo esta influenciada por três componentes fundamentais: a atitude, a norma subjetiva e o controle comportamental percebido. Sendo assim, sua aplicação também é explorada no comportamento nas redes sociais.

O uso das RS teve um crescimento acentuado durante a pandemia da COVID-19, impactando de maneira significativa grupos que anteriormente apresentavam menor engajamento, como é o caso do público idoso. Um exemplo disso é o estudo de Ramirez-Correa et al. (2022), que identificou a atitude como principal antecedente da intenção de uso das redes em momentos anteriores ao confinamento e também após esse

período. Os resultados também indicaram que o controle comportamental percebido foi um antecedente importante da intenção de uso antes do confinamento, tornando-se irrelevante no período posterior. Por sua vez, as normas subjetivas mostraram-se mais influentes no pós-confinamento.

É possível observar, a partir desses achados, o quanto a experiência prévia dos usuários pode influenciar suas intenções. Isso porque, no estudo mencionado, os participantes idosos foram acompanhados longitudinalmente, ou seja, antes do confinamento (quando apresentavam uso restrito das redes sociais), durante o confinamento (período em que o consumo aumentou consideravelmente) e após esse período. Em consonância com tais resultados, Yu et al. (2005) também observaram que a atitude era um preditor expressivo do comportamento em usuários experientes.

O consumo de redes sociais é ainda mais acentuado em populações adolescentes, grupo que representa o segmento mais numeroso e em crescimento constante nesse contexto. Peeling e White (2009) investigaram os preditores do uso intenso dessas plataformas, incluindo, além da Teoria do Comportamento Planejado, fatores psicossociais que poderiam influenciar esse comportamento. Os achados revelaram que adolescentes que utilizam redes sociais de forma intensa apresentam também padrões elevados de atitudes positivas e de percepção social favorável em relação a figuras importantes, conforme o construto de norma subjetiva. Esses fatores demonstraram predição significativa das intenções e, por conseguinte, do uso frequente dessas mídias.

De forma semelhante, Baker e White (2010) também encontraram forte poder preditivo da atitude na intenção de uso frequente das redes sociais, bem como do controle comportamental percebido. Os autores evidenciam ainda que, quando os indivíduos percebem que o uso intenso das redes é normativo entre seus pares, há uma maior predisposição para o engajamento nesse comportamento. Tais resultados parecem manter-se válidos inclusive em

populações com acesso limitado à tecnologia. É o que demonstra o estudo de Tariq et al. (2017), que constataram que, quanto maior a intenção de uso, maior também era o engajamento real nas redes sociais.

Apesar de a atitude ser consistentemente apontada como o fator mais forte na predição da intenção comportamental, a norma subjetiva também desempenha um papel importante na predisposição dos sujeitos em intencional determinado comportamento. A aprovação social e a influência exercida por pessoas significativas — como amigos, familiares e grupos de referência — são determinantes consistentes da intenção de uso das redes sociais, tanto em adolescentes quanto em adultos e idosos (Ramirez-Correa et al., 2022; Baker et al., 2010; Kim et al., 2022).

As RS, como já mencionado, impactam os indivíduos de maneira ampla, envolvendo desde questões cotidianas até implicações mais complexas, como o adoecimento psicológico. Kim et al. (2022), por exemplo, trazem importantes contribuições ao investigar a relação entre redes sociais e mulheres em situação de uso de substâncias. Considerando que o uso disfuncional de substâncias é reconhecido como um transtorno psicológico com altos riscos de recaída, e que tal condição frequentemente enfraquece as relações sociais (Swimmer & Sandelich, 2024), os autores buscaram compreender de que maneira as características das redes sociais dessas mulheres poderiam interferir no processo de recaída.

Os autores argumentam que, embora as normas subjetivas sejam geralmente preditores menos consistentes da intenção de uso, sua formação pode ser fortemente influenciada por processos de observação e modelagem, o que confere às redes sociais um papel relevante nesse processo. Como resultado, o número de pessoas envolvidas no tratamento e o apoio à sobriedade nestes espaços demonstraram associação com a intenção de continuidade do comportamento de abstinência (Kim et al., 2022).

De forma complementar, a percepção de facilidade e capacidade de uso das redes sociais — representada pelo controle comportamental percebido — também contribui para a formação da intenção, embora sua importância possa variar de acordo com a experiência do usuário e o contexto. Considerar a percepção de controle parece importante antes de intencionar o comportamento (Ramirez et al., 2022).

O controle comportamental percebido envolve fatores internos, como o conhecimento, as habilidades e competências necessárias para executar determinado comportamento, e externos, como aceitação social, apoio de terceiros, disponibilidade de tempo e de recursos financeiros (Ajzen, 2001). Tal construto contribui não apenas para o aumento da intenção de uso das redes sociais, mas também está diretamente relacionado ao comportamento efetivo, ou seja, ao uso real das plataformas (Tariq et al., 2017). Além disso, ele influencia positivamente a motivação para um uso mais frequente (Baker & White 2010).

Nesse mesmo campo de investigação, destaca-se a inclusão de variáveis adicionais na aplicação da Teoria do Comportamento Planejado, tais como o risco percebido e a confiança. Considerando que as redes sociais constituem espaços específicos de interação, muitas vezes permeados por vulnerabilidades — como a exposição de dados e a insegurança informacional —, Hansen et al. (2018) discutem o papel do contexto e da percepção de risco nesses ambientes. A análise dos autores aponta que a percepção de facilidade no uso das RS amplifica de forma significativa o efeito da intenção.

Adicionalmente, fatores como o uso anterior, a percepção de benefícios (tanto latentes quanto manifestos) e o apoio social reforçam a intenção de continuar utilizando as redes (Mehraboun, 2023; Tariq et al., 2017). As normas grupais (Baker & White, 2010), a experiência acumulada de uso e o suporte social são elementos que igualmente influenciam positivamente a intenção (Mehraboun, 2023).

Mehraboun (2023) discute ainda o conceito de intenção de continuidade, entendido como a determinação e o comprometimento de permanecer utilizando a rede social por um período prolongado. Os resultados do estudo indicam que o controle comportamental percebido apresenta o impacto mais expressivo sobre essa intenção. Em outras palavras, quanto maior a percepção de controle do indivíduo, maior sua motivação para manter o uso da plataforma.

Contudo, é relevante ressaltar que a experiência prévia com redes sociais influenciou negativamente essa relação, sugerindo que, à medida que o uso se torna habitual, as crenças relacionadas ao controle tornam-se menos importantes. Esse impacto da experiência de uso também foi identificado no estudo longitudinal de Ramirez et al. (2022), que demonstrou uma diminuição da influência do controle comportamental percebido ao longo do tempo.

Ainda nessa direção, destaca-se a importância das crenças e percepções dos sujeitos quanto à sua capacidade de navegação nas plataformas digitais, apontando para a necessidade de estratégias de segurança adaptadas às preferências dos usuários. Com base na relevância das normas sociais percebidas, o autor sugere que, caso as crenças comportamentais relacionadas à intenção de continuidade diminuam, a crença de que o ambiente social aprova o uso das redes pode atuar como fator compensatório, motivando a permanência na plataforma (Mehraboun, 2023), achado que também foi corroborado no estudo de Ramirez et al., (2022), com a importância da norma subjetiva no uso de RS mesmo após o confinamento.

Em síntese, é possível concluir que há consistência na aplicação da Teoria do Comportamento Planejado para a compreensão da intenção de uso das redes sociais. No entanto, observam-se distintas direções nos resultados empíricos, o que indica que alguns fatores se mostram mais consistentes do que outros. Ainda que os estudos não sejam conclusivos — e justamente por essa razão — torna-se essencial recorrer à literatura científica para o aprofundamento da compreensão desses fenômenos.

1.2.5 Críticas ao modelo da Teoria do Comportamento Planejado

Apesar da solidez conceitual da TCP, a teoria não está isenta de críticas e sugestões para aprimoramento. Ajzen (2011) aponta, por exemplo, a importância de considerar as mudanças temporais nos construtos teóricos, visto que variações ao longo do tempo podem modificar o valor preditivo das intenções medidas previamente. Estudos empíricos indicam que intervalos curtos entre a mensuração da intenção e a observação do comportamento (cerca de cinco semanas ou menos) estão associados a correlações mais robustas, enquanto intervalos mais longos tendem a enfraquecer essa relação (McEachan, 2011).

Outras pesquisas ressaltam que, quando os indivíduos percebem maior controle sobre suas ações, há uma maior probabilidade de que suas intenções se convertam efetivamente em comportamentos (Oh et al., 2020). Contudo, essa relação apresenta variações consideráveis em diferentes contextos, indicando uma certa inconsistência nos achados.

Nesse sentido, uma das críticas recorrentes refere-se à baixa correlação entre intenção e comportamento observada em alguns estudos (Ajzen, 2011). O autocontrole, entendido como a capacidade do indivíduo de inibir impulsos, desempenha um papel crucial na previsão do comportamento. A ausência de controle real pode reduzir a previsibilidade das ações, assim como pode haver discrepâncias entre a percepção subjetiva de controle e o controle efetivamente exercido (Hagger et al., 2022; Notani, 1998).

Ajzen (2011) sugere que uma fraca correlação entre intenção e comportamento pode evidenciar os limites da noção de ação racional, que é o núcleo da TCP. A teoria foca em comportamentos intencionais e autoregulados de forma consciente, mas não pressupõe que todas as ações sejam sempre racionais e planejadas de maneira rígida. Na realidade, o sujeito

reorganiza suas informações e reestrutura suas ações conforme o contexto e as informações disponíveis no momento.

Outro ponto frequentemente debatido diz respeito ao papel das emoções e do afeto na formulação das intenções e na execução dos comportamentos. Ajzen (1999) argumenta que as emoções podem influenciar o comportamento tanto de forma indireta, ao afetar as crenças e sua intensidade, quanto de maneira direta, impactando a avaliação do comportamento e a seleção das crenças mais acessíveis à memória. Um aspecto afetivo especialmente relevante é o afeto antecipado — ou seja, a antecipação que faço acerca de como me sentirei ao realizar tal ação — que exerce influência significativa nas intenções e, em menor grau, no comportamento propriamente dito. Assim, o componente afetivo não é excluído da teoria, mas incorporado como parte integrante das crenças (Ajzen & Sexton, 1999).

A consideração do afeto sugere que, além dos processos estruturados da TCP, existe uma dimensão de espontaneidade nos comportamentos. Essa ideia é reforçada pela concepção da ação prototípica, que postula que o comportamento pode ocorrer de maneira espontânea quando o indivíduo se identifica com o perfil prototípico daqueles que executam determinado comportamento. Dessa forma, o Modelo de Disposição Prototípica (Prototype Willingness Model – PWM) poderia ser uma dimensão afetiva que complementaria a TPB ao incorporar a influência dos protótipos sociais e da disposição para agir (Rivis et al., 2006; Lee et al., 2016).

Todavia, análises empíricas relativas à PWM não indicam superioridade em relação aos construtos originais da TCP, demonstrando a necessidade de novas abordagens para seu aprimoramento. Além disso, a dimensão afetiva, quando medida de forma independente, não tem apresentado significância estatística, revelando-se relevante principalmente em conjunto com outros construtos (Ajzen, 2011).

O que se observa até o momento é que, embora se reconheça a relevância de outras dimensões no contexto da Teoria do Comportamento Planejado, essas variáveis ainda carecem de investigações mais aprofundadas. Nesse contexto, ao aplicar o modelo da TCP às redes sociais — caracterizadas, entre outros aspectos, pelas interações sociais mediadas por mídias digitais — considera-se a necessidade de explorar a relação entre a TCP e outros construtos que expliquem comportamentos sociais. Isso se deve ao fato de que as redes sociais, paradoxalmente, são espaços que, apesar de favorecerem a conexão entre os indivíduos, parecem amplificar discursos que revelam dificuldades nas interações entre seus usuários. Considerando esse cenário, surgiu o interesse em investigar a relação entre a TCP aplicada às redes sociais e a Empatia, uma variável multifacetada que, além de possuir uma dimensão cognitiva, é fortemente influenciada pela dimensão afetiva e caracteriza pela sua capacidade de explicar relações sociais (Hoffman, 2000).

1.3 Empatia

1.3.1 Aspectos conceituais e processuais da Empatia

A Empatia constitui um processo psicológico fundamental para as interações, não se restringindo a uma resposta emocional automática; trata-se de um fenômeno que envolve mecanismos complexos que possibilitam compreender e compartilhar o estado emocional de outra pessoa (Hoffman, 2000). Esse processo é essencial para a regulação dos comportamentos sociais, pois influencia a tomada de decisões morais e a adoção de atitudes pró-sociais (Marshall et al., 2020; Saulin et al., 2024).

Hoffman (2000) define a empatia como uma resposta afetiva vicária, que ocorre diante do sofrimento ou da alegria de outrem. Esse mecanismo pode manifestar-se desde

formas mais primitivas, como o contágio emocional, até níveis mais elaborados, como a tomada de perspectiva (Reddy et al., 2022). Ao longo do desenvolvimento, a capacidade empática evolui, permitindo que os indivíduos compreendam não apenas estados emocionais momentâneos, mas também condições de vida e experiências subjetivas dos outros (Stern & Cassidy, 2018).

A compreensão da empatia, como um fenômeno central no desenvolvimento das formas de se relacionar com as outras pessoas, requer a análise dos mecanismos que a sustentam e das etapas pelas quais ela se estrutura ao longo da vida. Hoffman identifica processos subjacentes, tais como a imitação automática, o contágio emocional e a tomada de perspectiva, que possibilitam a construção de respostas empáticas progressivamente mais sofisticadas (Hoffman, 2000). Além disso, o autor propõe uma sequência de estágios que descrevem a evolução da empatia, desde formas mais elementares até níveis mais complexos de compreensão e engajamento emocional.

A empatia envolve distintos mecanismos psicológicos que permitem aos indivíduos perceber e compartilhar os estados emocionais de outras pessoas (Bernhardt & Singer, 2012; Kogler et al., 2020). Hoffman destaca três processos fundamentais para a experiência empática: a imitação automática, o contágio emocional e a tomada de perspectiva (Hoffman, 2000). Esses mecanismos atuam em diferentes níveis, desde respostas involuntárias até formas mais elaboradas de compreensão emocional, sendo essenciais para o desenvolvimento da moralidade e das relações sociais.

A imitação automática refere-se à tendência inconsciente de reproduzir expressões faciais, posturas e comportamentos observados em outras pessoas (Sonnby-Borgström, 2002). Esse fenômeno ocorre desde os primeiros meses de vida, quando bebês replicam expressões faciais dos cuidadores, facilitando a conexão interpessoal.

O contágio emocional, por sua vez, consiste na transmissão de emoções entre indivíduos, levando uma pessoa a experimentar sentimentos semelhantes aos de outra, sem que haja, necessariamente, um esforço consciente. Esse mecanismo pode ser observado, por exemplo, quando alguém se emociona ao presenciar outra pessoa chorando (Hatfield et al., 2009).

A tomada de perspectiva representa um estágio mais avançado da empatia, pois envolve a capacidade de adotar o ponto de vista de outra pessoa e compreender seus sentimentos a partir de seu contexto específico (Stietz et al., 2019). Esse processo requer habilidades cognitivas mais desenvolvidas, permitindo que o indivíduo considere não apenas as emoções imediatas do outro, mas também suas experiências passadas, intenções e circunstâncias sociais. Com o amadurecimento da tomada de perspectiva, a empatia torna-se mais refinada e menos impulsiva, favorecendo respostas pró-sociais fundamentadas (Healey & Grossman, 2018).

Hoffman propõe que a empatia se desenvolve ao longo de quatro estágios. O primeiro é a empatia global, predominante nos primeiros anos de vida, quando a criança responde ao sofrimento alheio como se fosse seu próprio (Hoffman, 2000). No segundo estágio, denominado empatia egocêntrica, a criança passa a reconhecer que a dor do outro é distinta da sua, mas ainda tende a oferecer ajuda baseada em suas próprias necessidades. Posteriormente, surge a empatia para os sentimentos do outro, na qual a criança compreende que diferentes pessoas podem ter experiências emocionais diversas. Por fim, no estágio mais desenvolvido, a empatia expande-se para além das experiências imediatas, possibilitando que o indivíduo compreenda e responda ao sofrimento de grupos inteiros, mesmo sem contato direto (Khalid & Dickert, 2022). Esse nível mais abrangente permite o engajamento em causas sociais e humanitárias, evidenciando como a empatia pode influenciar o comportamento moral em larga escala.

Nesse sentido, com vistas à mensuração dos construtos empáticos, Davis (1983) propôs um modelo multidimensional que evidencia como diferentes componentes da empatia podem manifestar-se em graus variados nos indivíduos, sendo influenciados tanto por fatores disposicionais quanto contextuais. A escala do autor mede as variáveis de Tomada de Perspectiva (Perspective Taking), Fantasia (Fantasy), Consideração Empática (Empathic Concern) e Angústia Pessoal (Personal Distress).

A Angústia Pessoal é entendida como uma reação emocional autocentrada de desconforto diante do sofrimento alheio. Segundo a teoria de Hoffmann, esse tipo de sentimento pode desencadear outras emoções, como raiva, culpa e percepção de injustiça. Além disso, tende a dificultar a ação orientada ao outro, uma vez que o foco se volta para a proteção pessoal. Esse fenômeno difere da angústia simpática, que implica perceber e compreender a experiência do outro de maneira dissociada do próprio *self*, favorecendo, assim, a mobilização pró-social (Moreno-Poyato & Rodrigues, 2020; Hoffmann, 2000).

Para além da dimensão afetiva, como já foi pontuado, a empatia compreende também uma dimensão cognitiva, denominada Tomada de Perspectiva. Trata-se da capacidade de adotar o ponto de vista do outro, o que facilita a compreensão cognitiva tanto das emoções quanto das situações vivenciadas por ele (Bonfils et al., 2017; Laverdière et al., 2018). Essa dimensão adquiriu relevância a partir de estudos influenciados pelo cognitivismo, estando presente na concepção de Davis e ocupando lugar central na formulação multidimensional da teoria de Hoffmann.

A Consideração Empática, por sua vez, é frequentemente definida como sentimentos de compaixão e preocupação genuína com o bem-estar dos outros (Konrath et al., 2011; Vinod, 2025). Embora possa, em alguns contextos, ser confundida com o fator de empatia geral, a consideração empática constitui uma habilidade específica, relacionada à capacidade de perceber e valorizar o estado da outra pessoa. Conforme descrito por Rogers (1997),

importante teórico da empatia, essa habilidade implica também o reconhecimento da dignidade e do potencial positivo inerentes ao outro.

A dimensão da Fantasia, é definida pela identificação com personagens fictícios ou à capacidade de imaginar-se em situações alheias (Davis, 1983), e pode se manifestar de modo particularmente singular no contexto das redes sociais (Wheeler & Quinn, 2017). Isso ocorre porque os indivíduos estão continuamente expostos a conteúdos midiáticos, bem como à possibilidade de se relacionar simbolicamente com figuras públicas, influenciadores e outras personas virtuais.

Embora esse fator tenha sido, em parte, negligenciado ou pouco explorado por estudos recentes, ele pode ser especialmente relevante no ambiente digital. O contexto das redes sociais oferece insumos que alimentam representações imaginativas sobre a realidade de outras pessoas, favorecendo processos de identificação e projeção (Giri, 2020). Não obstante, desde os primórdios das investigações sobre empatia, a identificação com expressões artísticas, como a literatura e a música, já era reconhecida como uma forma relevante de vivenciar empatia de maneira indireta. Em Lipps, esse interesse inicial pela dimensão estética da empatia foi delineado, sendo posteriormente aprofundado por Titchener, que investigou a sinestesia e os princípios de associação de sensações, e por Prandtl, cuja ênfase na imitação foi amplamente discutida (Wispé, 1987) e posteriormente melhor desenvolvida por Hoffmann. Considerando o exposto, vale discutir as especificidades da empatia nas redes sociais.

1.3.2 Empatia, desumanização e sobrecarga nas redes sociais: perspectivas teóricas e interacionais

Os avanços tecnológicos e o advento da internet possibilitaram o surgimento das redes sociais e das plataformas de mensagens instantâneas. Como resultado, as relações

interpessoais passaram a ocorrer não só no ambiente físico, mas também no digital (Satata et al., 2023). Nas interações presenciais, a comunicação é mediada tanto pela linguagem verbal quanto pela não verbal. Esta última compreende expressões corporais, gestos e entonações que, ao longo do discurso, oferecem pistas sociais essenciais para a compreensão mútua e o desenvolvimento da empatia. A presença desses elementos facilita uma interpretação mais precisa do estado emocional do interlocutor (Venter, 2019; Yu, 2023), sendo, como já discutido, um aspecto fundamental para o compartilhamento da experiência empática.

Entretanto, na comunicação online, muitas dessas pistas são reduzidas. Em plataformas predominantemente textuais, a ausência de entonação e de expressões faciais pode dificultar a leitura emocional da mensagem, favorecendo interpretações divergentes (Albuquerque & Freitas, 2020). Um fenômeno preocupante nesse cenário é a disseminação de discursos de ódio, intensificada pela sensação de anonimato gerada pela falta de contato físico. Esse fator reduz a percepção do impacto emocional das palavras, promovendo interações mais agressivas, desumanizadas e carentes de empatia (Woods & Ruscher, 2021).

Além disso, a experiência mediada pela tecnologia promove um fenômeno conhecido como desinibição online, no qual os indivíduos sentem menor pressão social e menos consequências emocionais pelas suas ações, resultando em maior predisposição a comportamentos agressivos, ameaçadores e críticos (Ruohan & Miura, 2021). Esse aspecto se torna especialmente problemático porque rompe com o componente de regulação moral que a empatia exerce nas interações presenciais. Na concepção de Hoffman, a internalização das normas sociais e a preocupação pelo bem-estar alheio derivam justamente da capacidade de se sensibilizar com o sofrimento do outro. Ao se diluir esse vínculo emocional, a ação torna-se desumanizada e desvinculada de valores pró-sociais.

Outro aspecto relevante no sentido de desvinculação diz respeito à fadiga empática, conceito que descreve o desgaste emocional decorrente da exposição prolongada ao

sofrimento alheio. De acordo com Eldergill-Storm (2022), esse fenômeno pode ser compreendido como uma forma de retração emocional ou dessensibilização que atua como mecanismo de autopreservação psíquica. Tal processo ocorre quando o indivíduo, diante de uma demanda constante por respostas empáticas, passa a experimentar exaustão, culpa ou mesmo indiferença como forma de regulação interna.

Essa constante atualização de conteúdos dramáticos — como imagens de catástrofes, discursos violentos ou histórias de sofrimento — pode sobrecarregar os circuitos emocionais, resultando em fadiga empática (Shao et al., 2023). Essa condição, por sua vez, tem efeitos amplamente documentados: exaustão mental, distanciamento emocional, estresse crônico e prejuízo na capacidade de se engajar em ações pró-sociais (Chen et al., 2022; Mottaghi et al., 2020). Todas estas características discutidas representam fatores de distanciamento que prejudicam as competências mais básicas da empatia, que seriam aquelas desenvolvidas nos estágios iniciais de vida, de contato visual e imitação. Esse cenário evidencia que, embora as redes sociais ampliem o acesso à informação e favoreçam a conexão entre indivíduos, também podem fragilizar a capacidade empática ao criar um ambiente de estímulo excessivo e desregulação emocional.

A ausência de contato visual direto e de expressões faciais limita a capacidade dos usuários de reconhecer nuances emocionais nas mensagens, o que contribui para interpretações equivocadas na experiência empática (McCrackin & Itier, 2021; Song et al., 2019). Esse déficit comunicativo, ao restringir o acesso às pistas não verbais, causa questionamentos acerca da operacionalização dos níveis mais elaborados da empatia — como a tomada de perspectiva contextual —, bem como a exigência do estímulo de dimensões imaginativas ou projetivas — como a fantasia —, na tentativa de decodificar o conteúdo implícito na comunicação.

Diante desse panorama, algumas propostas têm sido discutidas na literatura especializada com o objetivo de promover a empatia de forma saudável no ambiente digital. Uma perspectiva relevante reside no incentivo a uma utilização ativa e relacional das redes sociais. Ao contrário do consumo passivo de informações, o estabelecimento de relações significativas entre pares tem sido associado a maior bem-estar subjetivo e a respostas emocionais pró-sociais (Verduyn et al., 2017). Essa prática pode fortalecer competências interpessoais, reduzir a polarização e criar um senso de pertencimento que resguarda os aspectos saudáveis da empatia (Sun & Li, 2024; Gadekar & Ang, 2020).

Não obstante é possível observar que essas plataformas também permitem a manifestação de solidariedade e empatia online. Por meio de campanhas de arrecadação, compartilhamento de histórias pessoais e envio de mensagens de apoio, as redes sociais contribuem para a construção de conexões significativas e para a promoção da empatia entre os usuários (Albuquerque & Freitas, 2020). Assim, a compreensão da empatia como um fenômeno desenvolvido em estágios progressivos (Hoffman, 2000) reforça a necessidade de intervenções que considerem as especificidades da comunicação mediada por tecnologia.

Uma das estratégias destacadas por Shao et al. (2023) consiste na priorização da empatia cognitiva, que envolve a compreensão intelectual do estado emocional do outro, em vez da imersão afetiva plena. Ao estimular habilidades de perspectiva sem sobrecarregar a dimensão emocional, essa abordagem pode mitigar os efeitos negativos da fadiga empática. Ademais, estudos demonstram que treinamentos baseados em mindfulness e autocompaixão, já aplicados em aplicativos digitais, contribuem para a autorregulação emocional, tornando a vivência empática mais adaptativa (Al-Refae, 2021; Adewoye & Du Plessis, 2021).

Considerando os apontamentos sobre o desenvolvimento da empatia no contexto das redes sociais, é relevante recorrer a teorias que integrem propostas cognitivas e sociais do comportamento. Nesse sentido, destaca-se a pertinência de relacionar a empatia ao modelo

proposto pela Teoria do Comportamento Planejado (TCP), uma vez que ambas as abordagens oferecem contribuições significativas para a compreensão das dinâmicas observadas nas redes sociais.

1.4 Integração da Empatia para a Compreensão do Uso de Redes Sociais Sob a Perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado

Investigar a relação entre empatia e comportamento planejado pode oferecer contribuições relevantes para o entendimento do comportamento dos indivíduos no uso de redes sociais. Considerando os componentes afetivo, cognitivo e relacional como constituintes da empatia, e os aspectos cognitivos, sociais e comportamentais da TCP, algumas direções são apontadas na literatura acerca da integração destas duas variáveis.

Uma primeira perspectiva indica que as previsões volitivas dos sujeitos podem variar pela força relativa de cada construto. Atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido destacam-se como determinantes na influência dessas variações. A intenção tem se mostrado o melhor preditor do comportamento. A norma subjetiva, entretanto, tende a ser um preditor mais fraco das intenções, o que pode ser explicado tanto pelas metodologias de medição quanto pela necessidade de ampliação conceitual desse componente (Armitage & Conner, 2001). Nesse sentido, a empatia, enquanto fator associado a ações pró-sociais, pode ser considerada um elemento de fortalecimento da norma subjetiva, uma vez que promove a percepção social positiva acerca do comportamento de ajuda.

Essa hipótese é corroborada pelo estudo de Forster & Grichnik (2013), que investigaram fatores associados à intenção de empreendedorismo social. Seus achados demonstram que a empatia apresentou correlações positivas tanto com a intenção comportamental quanto com as normas percebidas. Indivíduos com maiores níveis de empatia manifestaram maior intenção de desenvolver estratégias empreendedoras de cunho

social, além de perceberem mais fortemente a aprovação normativa para essas ações. Nesse caso, a empatia atuou como antecedente relevante da intenção, mediada pela desejabilidade e viabilidade percebidas — dimensões do controle comportamental percebido.

Adicionalmente, estudos têm apontado a empatia como um componente que potencializa a intenção comportamental. Drazkowski et al., (2022) investigaram a contribuição da autopersuasão para a intenção de vacinação e constataram que argumentos focados na preocupação com a saúde dos outros exerceram efeitos indiretos positivos sobre essa intenção. Foi verificado que o aumento da empatia elevava as atitudes, normas subjetivas e crenças de controle. Considerando que a empatia envolve componentes cognitivos de compartilhamento de perspectiva e disposição para ações empáticas, é plausível compreender suas associações com os fatores da TCP, especialmente no sentido de que o fortalecimento da empatia pode fomentar o fortalecimento da atitude, da norma subjetiva e do controle percebido, além da intenção.

No campo dos comportamentos pró-sociais, a empatia também tem sido estudada em relação à disposição para doação. Umair et al. (2023) evidenciaram que crenças empáticas e altruístas fortalecem a intenção comportamental, mediadas pelo desenvolvimento de atitudes positivas. Da mesma forma, Noordin et al. (2022) demonstraram, no contexto da preocupação empática com animais, que essa relação, a longo prazo, favorece uma maior intenção de ajuda. Curiosamente, seus achados indicaram que indivíduos com menor preocupação empática apresentaram uma relação mais forte entre controle comportamental percebido e intenção, sugerindo que o envolvimento emocional intenso poderia reduzir a percepção de controle frente a situações de sofrimento animal.

O Modelo de Comportamento Altruísta e Pró-Social de Batson constitui uma alternativa teórica que demonstra como atitudes e comportamentos direcionados a diferentes sujeitos e objetos podem ser positivamente impactados pela indução de estados empáticos.

Nesse sentido, estudos prévios apontam que estratégias que promovem a empatia contribuem para melhorar a atitude dos indivíduos frente a comportamentos específicos (Finlay & Stephan, 2000; Ienna et al., 2022).

A empatia, enquanto constructo multidimensional, encontra-se também associada à autoeficácia (Aparicio-Flores et al., 2020), compreendida como a percepção de capacidade individual para executar ações de modo eficaz. Esta relação é particularmente relevante, na medida em que a autoeficácia se conecta diretamente à percepção de controle sobre o comportamento. Assim, as crenças de controle, que sustentam essa percepção, encontram na empatia uma potencial influência moduladora (Wang et al., 2023).

Adicionalmente, a empatia envolve, por sua natureza, uma dimensão afetiva, manifestada como a capacidade de perceber e ressoar emocionalmente com o estado interno de outra pessoa. Ao mesmo tempo, apresenta um componente cognitivo que permite a compreensão e o reconhecimento consciente dessa experiência alheia (Hoffman, 2000). É importante destacar que a dimensão cognitiva perpassa todo o arcabouço da TCP, uma vez que crenças sobre os objetos comportamentais e avaliações de suas consequências se baseiam nesse processamento mental. Sob essa perspectiva, torna-se plausível pensar na forma como o estado emocional empático pode incidir tanto sobre a mobilização das crenças acerca de um objeto quanto sobre as crenças normativas, ao considerar o impacto da empatia sobre a percepção das expectativas sociais (Ajzen & Sexton, 1999; Ajzen, 2011).

No que concerne especificamente à dimensão comportamental, estudos indicam que, quando o controle percebido é elevado, há uma tendência de redução na importância relativa da norma subjetiva no processo de formação da intenção. Tal padrão contribui para explicar a relação relativamente fraca entre norma social e intenção, frequentemente relatada em diferentes investigações (Ajzen, 2011; Bosnjak et al., 2020). O controle percebido, nesse caso, é identificado a partir do exercício cognitivo de projetar-se mentalmente nas condições

em que o comportamento desejado ocorreria. Essa atividade de antecipação apresenta similaridades conceituais com a empatia, sobretudo ao considerar a capacidade de imaginar-se na perspectiva de outra pessoa e a consequente disposição para agir em conformidade com essa experiência imaginada (Marshall et al., 2020).

Pessoas empáticas, ao assumirem perspectivas alheias, tenderiam a desenvolver normas subjetivas pró-sociais e atitudes favoráveis à colaboração. Isso foi demonstrado por Le Thanh (2024), que explorou a empatia como variável adicional na compreensão da intenção de empreendedorismo social, reforçando a necessidade de mais estudos que integrem essa dimensão ao modelo tradicional. A literatura, portanto, tem demonstrado a relevância da empatia na ampliação do modelo da TCP. No contexto das redes sociais estas investigações têm sido modestas, porém, promissoras.

Liu e Liu (2021), por exemplo, analisaram a empatia como moderadora da intenção de comportamento, investigando sua influência na produção de conteúdo nas redes sociais, como comentários e compartilhamento de vídeos. Os resultados indicaram que a empatia moderou negativamente a relação entre autoeficácia (associada ao controle percebido) e intenção: indivíduos com alta autoeficácia, quando mais empáticos, apresentaram menor intenção de criar conteúdo. Tal efeito foi interpretado pelos autores como reflexo de um predomínio da percepção (associada à empatia) sobre o raciocínio lógico (associado à autoeficácia).

Interessantemente, nas pesquisas apontadas acima, componentes distintos da empatia — cognitivos e afetivos — apresentaram efeitos divergentes sobre a relação entre autoeficácia e intenção. Por exemplo, enquanto a preocupação empática, mais afetiva, mostrou associação negativa com a autoeficácia na produção de conteúdo em redes sociais, a tomada de perspectiva, mais cognitiva, revelou associação positiva em contextos de empreendedorismo social. Essa distinção sugere que aspectos cognitivos da empatia

apresentam maior compatibilidade com os componentes racionais da TCP, enquanto aspectos afetivos podem introduzir variâncias inesperadas.

Em outro estudo, Hayashi e Tahmasbi (2021) examinaram a empatia como preditora da intenção de ajudar vítimas de cyberbullying nas redes sociais, também no escopo da TCP. Diferentemente do estudo anterior, os resultados indicaram que a empatia contribuiu positivamente para a intenção, sugerindo que os comportamentos de ajuda são favorecidos pela presença de empatia no ambiente virtual.

A associação entre comportamentos pró-sociais e intenção de ajuda no meio tecnológico foi igualmente evidenciada por Wickramasinghe et al. (2020). Utilizando imagens prototípicas que simulavam interações de ajuda entre usuários, os autores demonstraram que a inclusão da empatia no modelo explicativo aumentou significativamente a variância explicada na intenção de emitir comportamentos pró-sociais.

Ou seja, tais plataformas não apenas estruturam relações interpessoais, mas também constituem espaços privilegiados de compartilhamento de informações. A empatia, por sua vez, comporta uma dimensão denominada fantasia, relacionada à capacidade de projetar-se em situações hipotéticas ou imaginárias. No ambiente das redes sociais, essa fantasia pode manifestar-se na forma de engajamento com conteúdos lúdicos, como filmes, vídeos e narrativas audiovisuais que suscitam identificação emocional (Sampaio et al., 2011).

Dessa forma, pode-se inferir que esse processo de envolvimento empático e imaginativo contribui para a formação de crenças dos indivíduos acerca de comportamentos e atitudes, influenciando diretamente a avaliação que fazem dos objetos e interações presentes nas mídias sociais. Este aspecto encontra respaldo em investigações que evidenciam a relação positiva entre exposição a conteúdos midiáticos e atitude em relação a comportamentos específicos. Tais achados corroboram a ideia de que a dimensão imaginativa da fantasia e a empatia desempenham um papel relevante na configuração das avaliações individuais sobre

objetos comportamentais e na formação de intenções (Liao, 2024). É importante ressaltar que a variância na intenção é uma das principais críticas feitas à TCP, conforme exposto na seção 1.2.5 Críticas ao modelo da Teoria do Comportamento Planejado, e que a maior parte dos estudos aqui expostos, demonstraram a empatia com poder explicativo adicional para esse fator.

A integração da empatia à Teoria do Comportamento Planejado, portanto, apresenta-se como uma possibilidade teoricamente fundamentada de ampliação do poder explicativo do modelo, sobretudo quando se pretende compreender comportamentos mediados pelas tecnologias digitais e marcados pelo entrelaçamento entre cognição, afeto e interação social. Assim, a consideração dessa variável pode contribuir para um entendimento mais abrangente das motivações subjacentes à intenção de uso das redes sociais, elucidando de que maneira diferentes componentes da empatia afetam as dimensões da TCP, e especialmente, da intenção comportamental, ampliando, assim, as capacidades preditivas da TCP.

CAPÍTULO II - FATORES CENTRAIS NA RELAÇÃO ENTRE EMPATIA E COMPORTAMENTO PLANEJADO NO USO DE REDES SOCIAIS

Fatores Centrais na Relação entre Empatia e Comportamento Planejado no Uso de Redes Sociais

Resumo: O uso crescente das redes sociais (RS) transformou as interações sociais, influenciando comportamentos, emoções e percepções. A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) tem sido amplamente utilizada para explicar intenções de uso dessas plataformas, considerando atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido. No entanto, reconhece-se a necessidade de incorporar fatores emocionais e relacionais, como a empatia, para ampliar o poder explicativo da teoria. A empatia, composta por dimensões cognitivas e afetivas (Tomada de Perspectiva, Consideração Empática, Fantasia e Angústia Pessoal), pode contribuir para esta investigação. Com base nessa lacuna, este estudo propôs como objetivo investigar como os fatores da empatia se relacionam aos componentes da TCP na intenção de uso de redes sociais, considerando o papel de variáveis demográficas. O primeiro estudo, de caráter exploratório, contou com a participação de 498 universitários. A análise dos dados foi realizada por meio de correlações e modelo de rede. Observou-se uma correlação negativa entre idade e intenção de uso. Os fatores de empatia e comportamento planejado mostraram-se relacionados à centralidade do fator Fantasia e à intenção de uso. A partir desse achado, foi conduzido um segundo estudo, de natureza confirmatória, com o objetivo de investigar a mediação da Fantasia entre empatia e intenção de uso de RS. Participaram dessa etapa 202 universitários. Foi realizada uma análise de mediação multivariada, controlando a variável idade. Os resultados confirmaram o modelo de mediação, indicando que a Fantasia atua como elo entre variáveis empáticas e a intenção de uso de redes sociais. Embora frequentemente negligenciada em estudos sobre empatia, a dimensão Fantasia demonstrou ser um ponto central para compreender a empatia no contexto das redes sociais, configurando o principal achado desta pesquisa. Os resultados contribuem para uma melhor compreensão das interações entre empatia e uso de RS, sugerindo a importância de investigações futuras que ampliem o escopo de variáveis e proponham intervenções direcionadas.

Palavras-chave: Uso de redes sociais. Empatia. Fantasia. Teoria do Comportamento Planejado.

Central Factors in the Relationship Between Empathy and Planned Behavior in Social Media Use

Abstract: The growing use of social media (SM) has transformed social interactions, influencing behaviors, emotions, and perceptions. The Theory of Planned Behavior (TPB) has been widely used to explain usage intentions of these platforms, considering attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. However, there is a recognized need to incorporate emotional and relational factors, such as empathy, to enhance the explanatory power of the theory. Empathy, composed of cognitive and affective dimensions (Perspective Taking, Empathic Concern, Fantasy, and Personal Distress), can contribute to this investigation. Based on this gap, the present study aimed to investigate how empathy factors relate to the components of the TPB in the intention to use social media, considering the role of demographic variables. The first, exploratory study involved 498 university students. Data analysis was conducted through correlations and network modeling. A negative correlation was observed between age and usage intention. Empathy and planned behavior factors were found to be related to the centrality of the Fantasy factor and to usage intention. Based on this finding, a second, confirmatory study was conducted with the aim of

investigating the mediating role of Fantasy between empathy and the intention to use social media. This stage included 202 university students. A multivariate mediation analysis was conducted, controlling for age. The results confirmed the mediation model, indicating that Fantasy acts as a link between empathy variables and the intention to use social media. Although often overlooked in studies on empathy, the Fantasy dimension proved to be a central point for understanding empathy in the context of social media, representing the main finding of this research. The results contribute to a better understanding of the interactions between empathy and social media use, suggesting the importance of future research that expands the range of variables and proposes targeted interventions.

Keywords: Social media use. Empathy. Fantasy. Theory of Planned Behavior.

Factores Centrales en la Relación entre la Empatía y el Comportamiento Planeado en el Uso de las Redes Sociales

Resumen: El uso creciente de las redes sociales (RS) ha transformado las interacciones sociales, influyendo en comportamientos, emociones y percepciones. La Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) ha sido ampliamente utilizada para explicar las intenciones de uso de estas plataformas, considerando actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido. Sin embargo, se reconoce la necesidad de incorporar factores emocionales y relacionales, como la empatía, para ampliar el poder explicativo de la teoría. La empatía, compuesta por dimensiones cognitivas y afectivas (Toma de Perspectiva, Consideración Empática, Fantasía y Angustia Personal), puede contribuir a esta investigación. Con base en esta laguna, el presente estudio se propuso investigar cómo los factores de la empatía se relacionan con los componentes de la TCP en la intención de uso de redes sociales, considerando el papel de variables demográficas. El primer estudio, de carácter exploratorio, contó con la participación de 498 estudiantes universitarios. El análisis de los datos se realizó mediante correlaciones y modelado de redes. Se observó una correlación negativa entre la edad y la intención de uso. Los factores de empatía y comportamiento planeado mostraron relación con la centralidad del factor Fantasía y con la intención de uso. A partir de este hallazgo, se llevó a cabo un segundo estudio, de naturaleza confirmatoria, con el objetivo de investigar la mediación de la Fantasía entre la empatía y la intención de uso de RS. En esta etapa participaron 202 estudiantes universitarios. Se realizó un análisis de mediación multivariado, controlando la variable edad. Los resultados confirmaron el modelo de mediación, indicando que la Fantasía actúa como vínculo entre las variables empáticas y la intención de uso de redes sociales. Aunque frecuentemente descuidada en estudios sobre empatía, la dimensión Fantasía demostró ser un punto central para comprender la empatía en el contexto de las redes sociales, constituyendo el principal hallazgo de esta investigación. Los resultados contribuyen a una mejor comprensión de las interacciones entre empatía y uso de RS, sugiriendo la importancia de futuras investigaciones que amplíen el alcance de las variables e impulsen intervenciones específicas.

Palabras clave: Uso de redes sociales. Empatía. Fantasía. Teoría del Comportamiento Planeado.

Introdução

Nas últimas décadas, as redes sociais transformaram de maneira significativa a forma como os indivíduos interagem, compartilham informações e constroem percepções sobre si e sobre o mundo. Esses ambientes, caracterizados por dinâmicas de validação social constantes — como curtidas, comentários e compartilhamentos — criam contextos propícios para a formação e o reforço de atitudes e normas sociais que orientam comportamentos (Ballara, 2023; Kaufman & Santaella, 2020).

A popularização das redes sociais digitais trouxe implicações profundas sobre os modos de sociabilidade e sobre os processos cognitivos e emocionais envolvidos na interação mediada pela tecnologia. Por meio de algoritmos de personalização e mecanismos de validação social, essas plataformas não apenas refletem, mas também modelam preferências, crenças e disposições comportamentais (Kaufman & Santaella, 2020). Nesse contexto, compreender os fatores que contribuem para a formação da intenção de uso torna-se essencial, sobretudo em razão do potencial impacto que essas práticas exercem sobre o bem-estar psicológico, as relações interpessoais e a dinâmica social contemporânea.

Nesse cenário, a Teoria do Comportamento Planejado (Theory of Planned Behavior — TPB) se destaca como uma estrutura teórica amplamente consolidada e validada empiricamente para a previsão de intenções e comportamentos em múltiplos domínios (Ajzen, 1991, 2011, 2020). Fundamentada na premissa de que a execução de um comportamento específico pode ser explicada por três dimensões centrais — atitude em relação ao comportamento, norma subjetiva e controle comportamental percebido —, a TPB tem se mostrado especialmente eficaz para investigar práticas relacionadas ao consumo digital, incluindo o uso de redes sociais (Azad et al., 2023; Wang et al., 2023).

As atitudes positivas, moldadas pela exposição repetida a conteúdos atrativos e por interações interpessoais mediadas tecnologicamente, têm sido apontadas como um importante

preditor das intenções de engajamento, atuando de maneira articulada com percepções de aprovação social e de capacidade pessoal para realizar a ação pretendida (Smith & McSweeney, 2007; Liao, 2024). Em outras palavras, a atribuição de aspectos positivos ao uso de redes sociais constrói o que chamamos na TPB de atitude, esta atitude, consequentemente atua em junção aos outros fatores, promovendo a intenção de usar rede social.

Além da atitude, as normas subjetivas parecem ser um componente significativo no contexto de uso das redes sociais. Isto porque ocorre uma influência por meio do compartilhamento recorrente de determinadas ações ou pensamentos por amigos, levando à percepção do que é socialmente esperado em diferentes situações. Além disso, as curtidas, comentários e compartilhamentos, servem como recursos de validação social, reforçando a crença de que essas ações ou pensamentos são amplamente aceitos, incentivando outras pessoas a aderirem a essas normas (Ballara, 2023). A intenção de autorevelação nas RS, por exemplo, foi influenciada pelas normas subjetivas, que dizem respeito à percepção do indivíduo sobre o grau de aprovação ou apoio recebido de pessoas significativas ao seu redor (Wang et al., 2023). Autorevelar-se pode incluir comentar, publicar mídias e afins.

Ao mesmo tempo, há diversos estudos que apontam variância entre resultados do modelo da TPB, seja na sobreposição de fatores, seja na própria forma de mensuração, bem como dificuldades de variação entre intenção e comportamento. Diante do exposto, Ajzen pontua que a TPB está aberta à consideração de outras variáveis que auxiliem no poder preditivo da teoria, e, embora esse arcabouço tenha sido amplamente empregado para prever comportamentos relacionados ao consumo digital e ao uso de tecnologias, há uma crescente necessidade de incorporar variáveis de natureza afetiva e relacional que possam ampliar seu poder explicativo (Ajzen & Sexton, 1999). No contexto das RS, que se notabilizam pelas interações entre as pessoas, construtos psicológicos que as favoreçam podem contribuir na explicação do comportamento planejado direcionado ao uso de RS. Neste cenário a empatia, como um elemento afetivo mas que possui dimensão cognitiva

(Hoffman, 2000) pode ajudar a entender a relação sobre esses processos cognitivos e motivacionais da TPB, especialmente, porque o papel dos afetos não está explicitamente enfatizado na teoria, além de ser apontado na dimensão de atitudes.

A empatia envolve tanto uma dimensão afetiva — caracterizada pela capacidade de compartilhar e compreender os sentimentos de outras pessoas — quanto uma dimensão cognitiva, que diz respeito à tomada de perspectiva e à elaboração de crenças sobre as situações alheias (Hoffman, 2000; Ienna et al., 2022). Estudos recentes apontam que essa competência pode influenciar atitudes, percepções de autoeficácia e normas subjetivas em ambientes digitais (Kamas & Preston, 2020; Marshall et al., 2020).

A literatura identifica quatro fatores da empatia: a Tomada de Perspectiva, que se refere à capacidade de adotar o ponto de vista de outra pessoa; a Consideração Empática, ligada ao sentimento de cuidado e preocupação pelo outro; a Angústia Pessoal, que diz respeito à vivência de desconforto diante do sofrimento alheio e a Fantasia, que corresponde a projetar-se em narrativas ou situações fictícias (Ienna et al., 2022; Aparicio-Flores et al., 2020; Davis, 1983). Pesquisas indicam que esses fatores podem associar-se de maneiras distintas às atitudes e crenças sobre o uso das redes sociais, potencialmente influenciando a intenção comportamental (Finlay & Stephan, 2000).

Diante dessas evidências, a presente pesquisa propõe examinar a relação entre os fatores de empatia e os domínios centrais da Teoria do Comportamento Planejado no contexto do uso de redes sociais. Ao explorar como as diferentes facetas empáticas podem se associar às atitudes, normas subjetivas e percepções de controle comportamental percebido, este estudo visa oferecer uma contribuição teórica e empírica relevante para a compreensão dos determinantes emocionais e cognitivos que sustentam a intenção de uso das redes sociais. Os resultados poderão fornecer subsídios não apenas para o aprimoramento de modelos explicativos, mas também para o desenvolvimento de estratégias educativas e de intervenção que promovam um uso mais consciente, ético e empático dessas tecnologias.

Considerando que não foram encontrados, até o presente momento, estudos que suportem de forma clara e efetiva a relação entre os fatores da TPB e os domínios da Empatia na Intenção de Uso de redes sociais, formulou-se um estudo exploratório, objetivando investigar essa relação. São esperados resultados de um aumento do modelo explicativo com a adição da variável de empatia, considerando suas dimensões no contexto das redes sociais.

Especificamente, a variável de atitude na TPB envolve uma dimensão de avaliação de comportamentos. Conforme discutido previamente ao longo do capítulo teórico, comportamentos empáticos e de ajuda são bem vistos socialmente, o que poderia ampliar os níveis dessa variável de avaliação. Além disso, componentes afetivos presentes na empatia podem ser investigados nesta direção posto que Ajzen menciona o papel dos afetos de forma sucinta na atitude.

No sentido de avaliação externa, encontramos também possíveis relações entre empatia e norma subjetiva, considerando que é uma dimensão na TPB que coloca foco nas relações interpessoais. A empatia aqui poderia ampliar o poder de previsão do uso das redes, considerando possíveis comportamentos de ajuda e expectativas sociais, conforme já discutido. Finalmente, como pessoas empáticas buscam vivenciar de modo específico a experiência de interação humana, é esperado que maiores níveis de empatia ajudem a explicar uma maior intenção de usar redes sociais.

Estudo 1. Análise exploratória dos fatores de comportamento planejado, empatia e intenção de uso de redes sociais

Método

Trata-se de uma pesquisa de campo, com delineamento exploratório e descritivo.

Participantes

Este estudo contou com 498 estudantes de graduação. A média de idade da amostra foi de 22,81 anos (DP = 5,87), com maioria do sexo feminino (n = 381; 76,5%), católicos (n = 48,2%), seguido de evangélicos (n = 112; 22,5%). A maioria era composta de solteiros (n = 421; 84,5%); e não possuíam filhos (n = 450; 90,4%), a média foi de 0,9 (DP = 0,29). Houve maioria de estudantes

de Pedagogia (n = 148; 29,7%) seguidos de Psicologia (n = 125; 25,1%) e a rede social mais usada foi o Instagram (n = 252; 51,1%).

Amostra

A amostra foi coletada presencialmente por conveniência nas salas de aula de uma universidade pública e um centro universitário privado do estado brasileiro Paraíba, após a permissão dos professores. Aos participantes que se voluntariassem, era entregue um termo de consentimento livre e esclarecido e os questionários contendo os instrumentos das variáveis do estudo. O tempo de coleta durou em média 40 minutos. Alunos que não utilizavam nenhuma rede social não participaram do estudo. Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética de pesquisas como seres humanos com CAAE: 70724623.8.0000.51888

Instrumentos utilizados

Escala Multidimensional para o Uso de Mídias Sociais (EMUMS), desenvolvida por Queiroz e Luft (2018), baseia-se na Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991). O instrumento contém 19 itens, distribuídos em quatro constructos: Atitude frente ao uso de mídias sociais (AT – 7 itens), Norma Subjetiva (NS – 3 itens), Controle Percebido (CP – 6 itens) e Intenção de Uso (IU – 3 itens). As respostas seguem diferentes formatos: Atitude é avaliada por itens dicotômicos (exemplo: "Para mim, passar tempo nas mídias sociais é" (Danoso vs. Benéfico), enquanto os demais construtos utilizam escalas do tipo Likert. Exemplos de itens incluem: Norma Subjetiva ("Espera-se de mim que eu utilize mídias sociais regularmente"), Controle Percebido ("Tenho a habilidade necessária para acessar as mídias sociais") e Intenção de Uso ("Pretendo acessar as mídias sociais daqui a pouco"). Na amostra do presente estudo, a escala apresentou bons índices de fidedignidade (Alfa de Cronbach): Atitude (0,85), Controle Percebido (0,78), Norma Subjetiva (0,69) e Intenção de Uso (0,78).

O *Índice de Reatividade Interpessoal* (IRI), desenvolvido por Davis (1983) e adaptado para o Brasil por Sampaio et al. (2011), avalia quatro fatores de empatia: Angústia Pessoal (AP), Consideração Empática (CE), Tomada de Perspectiva (TP) e Fantasia (FS). As respostas são dadas

em uma escala Likert de 1 (Não me descreve bem) a 5 (Me descreve muito bem). Neste estudo, utilizou-se uma versão reduzida de 12 itens (3 por fator), ainda não publicada. Nesta amostra, as cargas fatoriais variaram de 0,501 a 0,931, com correlação máxima de 0,33 entre AP e TP. A análise com o estimador Diagonal Weighted Least Squares (DWLS) indicou um bom ajuste do modelo ($\chi^2/df = 1,47$; CFI = 0,992; TLI = 0,989; RMSEA = 0,046 [IC 95%: 0,020 - 0,068]; SRMR = 0,043). A confiabilidade, medida pelo ω de McDonald, foi de FS = 0,78; CE = 0,83; AP = 0,85; TP = 0,63.

Questionário sociodemográfico: Foi utilizado um questionário para coletar dados sociodemográficos com perguntas sobre a idade, sexo, estado civil, renda, e a rede social ou as redes sociais que eram utilizadas.

Procedimento de coleta dos dados

Os professores das instituições foram contatados previamente, solicitando disponibilidade de horário para aplicação dos instrumentos. Com o aceite, os alunos foram contatados em sala, com período disponibilizado pelos docentes responsáveis, sendo brevemente introduzidos acerca da pesquisa e seus objetivos, solicitando sua participação e sendo esclarecido o caráter voluntário da pesquisa. Posteriormente, a partir do aceite, foram distribuídos os instrumentos da coleta dos dados - escala para uso de mídias, índice de reatividade e questionário sociodemográfico - sendo reforçada a necessidade de usar alguma rede social para a participação como amostra.

Análise dos dados

Inicialmente realizou-se correlações de *Pearsons* entre as variáveis de Empatia, do Questionário de Comportamento Planejado e variáveis demográficas. Posteriormente, considerando as variáveis demográficas que apresentaram significância estatísticas estimou-se um modelo gráfico gaussiano, regularizada por l_1 (LASSO) com a seleção do modelo EBIC (Foygel & Drton, 2010) para garantir que os parâmetros espúrios fossem colocados precisamente em zero, para obter uma rede mais interpretável.

Foi definido hyper-parâmetro como 0.5 para seleção do melhor modelo. Uma vez estimado, o modelo foi apresentado em uma estrutura de rede. Os nós representam os fatores dos questionários de Comportamento Planejado e de Empatia. As linhas, chamadas arestas, representam a relação entre os itens do questionário.

Considerou-se que quanto maior o índice de centralidade, mais central era o nó (i.e. Fator) na rede. Para isso, analisou-se a centralidade da força do nó, grau de proximidade e grau de intermediação. Centralidade da força do nó é a soma de todos os pesos conectados a um determinado nó, intermediação é o número de vezes que um nó se encontra no caminho mais curto entre dois outros nós e proximidade é o comprimento médio do caminho mais curto entre um determinado nó e todos os outros nós na rede (Opsahl et al., 2010). Esses índices foram padronizados e apresentados por meio do escore Z. Essa análise foi realizada por meio do JASP versão 0.19.2.0.

Resultados

A tabela 1 mostra os resultados da análise de correlação entre os fatores de empatia, de comportamento planejado e as variáveis demográficas. É possível observar que a idade e filhos ou quantidade de filhos foram as variáveis demográficas que apresentaram as maiores correlações com os componentes de comportamento planejado.

Tabela 1

Correlação entre fatores de empatia e fatores do comportamento planejado

Gênero	Idade	Possui filhos	Quantidade de filhos	Escolaridade	Renda da Família	Renda	FNTS	CE	AP	TDP	Attd	NSUBJ	CP
--------	-------	---------------	----------------------	--------------	------------------	-------	------	----	----	-----	------	-------	----

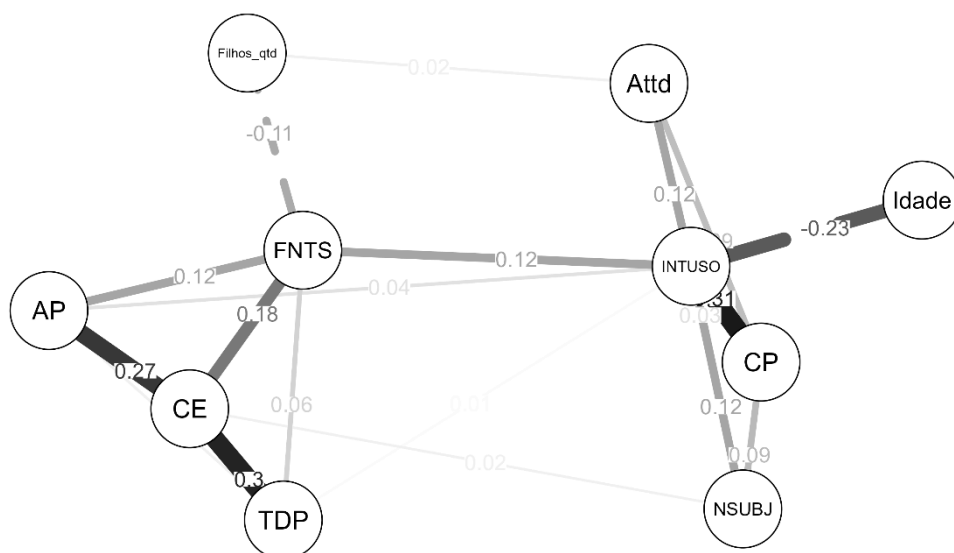
Idade	0,12**													
Possui filhos	0,04	0,63**												
Quantidade	0,01	0,70**	,84**											
Escolaridade	0,13**	0,46**	0,34**	0,37**										
Renda da Família	0,06	0,01	0,03	0,19**	,05									
Renda pessoal	0,11	0,05	0,01	0,01	0,19**	0,84**								
FNTS	0,07	0,08	0,08	0,09	0,06	0,01	0,12							
CE	0,06	0,09	0,03	0,08	0,01	0,04	0,04	0,36**						
AP	0,16**	0,01	0,02	0,01	0,09*	0,03	0,12	,30**	,42**					
TDP	0,03	0,03	0,05	0,06	0,01	0,01	0,08	0,24**	0,43**	0,23**				
Attd	0,07	0,03	0,01	0,01	0,01	0,01	0,07	0,02	0,07	0,02	0,04			
NSUBJ	0,01	0,09*	0,11*	0,14*	0,01	0,06	0,06	0,12**	0,12**	0,11*	0,08	0,16**		
CP	0,05	0,19**	0,18**	0,22**	0,08	0,03	0,07	0,13**	0,05	0,09*	0,08	0,22**	0,24**	
INTUSO	0,06	0,32**	0,23**	0,32**	0,08	0,05	0,11	0,25**	0,08	0,17**	0,13**	0,25**	0,26**	0,45**

Nota. FNTS = Fantasia; CE = Consideração empática; AP = Angústia Pessoal; TDP = Tomada de Perspectiva; Attd = Atitudes frente às redes sociais; NSUBJ = Normas Subjetivas sobre redes sociais; CP = Comportamento planejado sobre redes sociais; INTUSO = intenção de uso de redes sociais. ** $p \leq 0,001$; * $p \leq 0,01$.

A Figura 2 representa a estrutura de rede dos fatores de Empatia e Comportamento Planejado frente ao uso de Redes Sociais. É possível verificar as correlações entre os fatores de ambas as variáveis e a quantidade de filhos e idade sendo consideradas no modelo para controle, pois apresentaram maiores correlações conforme descrito na tabela 01.

Figura 2

Estrutura de rede dos fatores de Empatia e Comportamento Planejado no uso de Redes Sociais.



Nota. A estrutura de rede (N = 498). FNTS = Fantasia; CE = Consideração empática; AP = Angústia Pessoal; TDP = Tomada de Perspectiva; Attd = Atitudes frente às redes sociais; NSUBJ = Normas Subjetivas sobre redes sociais; CP = Comportamento planejado sobre redes sociais; INTUSO = intenção de uso de redes sociais; Filhos_qtd = quantidade de filhos. O tamanho e a densidade das arestas entre os nós representam a força da conectividade.

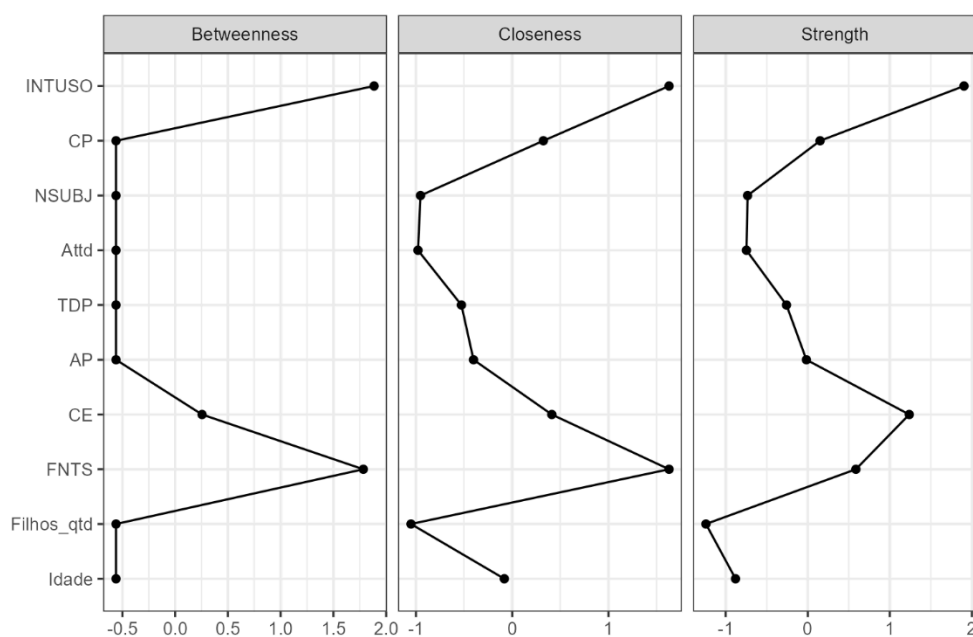
A inspeção visual da figura 02 mostra um bom número de conexões entre os nós do modelo. Verifica-se que os fatores dos dois instrumentos (Empatia e o de Comportamento Planejado) se organizaram em dois blocos que estão relacionados principalmente por meio da Fantasia e da Intenção de Uso das redes sociais. Os fatores de Empatia se relacionaram entre si conforme o esperado, mas Tomada de Perspectiva, Consideração Empatia e Angústia Pessoal ou não apresentaram arestas ou foram relações muito fracas com a Intenção de Uso. Isso pode indicar que é o domínio da Fantasia que media a relação entre Empatia e a intenção de uso das redes sociais. Além disso, os fatores de Empatia não se relacionaram diretamente com os outros domínios da teoria do comportamento planejado. Adicionalmente a idade apresentou forte aresta com a intenção de uso.

O grau de relação entre a Aresta entre Fantasia e Intenção de Uso das Redes Sociais foi fraco ($Aresta = 0,12$); contudo, uma interpretação da força precisa ser ponderada pelo objeto de estudo. E neste sentido, verifica-se que até os fatores que compõem a teoria do comportamento planejado (i.e. Norma Subjetiva e Atitudes) tiveram magnitudes na relação com intenção de uso iguais com a da Fantasia. Isso parece indicar que a Fantasia, como um componente cognitivo da Empatia, tem peso semelhante aos fatores de Atitudes e Norma Subjetiva.

A figura 3 mostra as medidas de centralidade da rede do modelo. Na rede, a “Intenção de Uso das Redes Sociais” tem o maior grau de força (Strenght), proximidade (Closeness) e intermediação (Betweenness). Entre os domínios de Empatia a Fantasia também teve destaque.

Figura 3

Gráfico de centralidade usando medidas padronizadas de força, proximidade e intermediação do nó



Nota. INTUSO = intenção de uso de redes sociais; CP = Comportamento planejado sobre redes sociais; NSUBJ = Normas Subjetivas sobre redes sociais; Attd = Atitudes frente às redes sociais; TDP = Tomada de Perspectiva; AP = Angústia Pessoal; CE = Consideração empática; FNTS = Fantasia; Filhos_qtd = quantidade de filhos.

A análise de centralidade revelou que o nó INTUSO teve papel dominante na rede, atuando como elo principal entre subgrupos sustentando as ligações diretas mais fortes do sistema. FNTS se destacou com alta intermediação, mas força e proximidade medianas, sugerindo um papel de ponte estratégica. O nó CP mostrou força e proximidade moderadas, mas baixa intermediação, indicando pouco envolvimento na mediação entre grupos. Já NSUBJ e Attd apresentaram centralidade intermediária, com participação relevante, mas não críticos para a coesão global da rede. Em contraste, variáveis como Idade e Filhos_qtd ficaram na periferia da rede, com baixa influência sobre a dinâmica relacional.

Discussão parcial

O estudo buscou identificar os principais fatores que influenciam a relação entre empatia e os componentes da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) no uso de redes sociais, utilizando modelagem de rede para visualizar as conexões entre construtos. Os resultados apontaram duas variáveis centrais: Fantasia e Intenção de Uso de Redes Sociais, que funcionam como eixos estruturantes das relações entre dimensões empáticas e componentes da TPB (atitude, normas subjetivas e controle percebido).

A Fantasia, entendida como a capacidade de imaginar-se em situações emocionais de outras pessoas ou personagens, atua como mecanismo de simulação mental (Taylor & Carlson, 1997; Shiota & Nomura, 2022). No modelo de rede, esse fator, junto à Intenção de Uso de Redes **Sociais**, mostrou alta centralidade, indicando que, além das variáveis tradicionais da TPB, aspectos afetivos como a fantasia empática também influenciam as intenções no contexto digital.

O modelo de rede também mostrou que idade e quantidade de filhos se relacionam negativamente com o uso de redes sociais, indicando menor engajamento de pessoas mais maduras. O uso tende a diminuir com o aumento da idade: jovens e adolescentes são os principais usuários, utilizando as plataformas para socialização, entretenimento e expressão afetiva, enquanto adultos

mais velhos as adotam com menor frequência e intensidade (Ozimek & Bierhoff, 2016; Montag et al., 2024).

O estudo também identificou uma relação negativa entre quantidade de filhos e fantasia. Não foram encontradas pesquisas que abordem diretamente essa relação, mas sabe-se que o desenvolvimento da imaginação ocorre principalmente na infância, por meio da absorção e construção de novas informações, através do acesso a histórias, brincadeiras e objetos culturais que ampliam o repertório imaginativo das crianças (Harris, 2021). Apesar de ser possível, num primeiro momento, pensarmos que o convívio com crianças viria a estimular aspectos lúdicos e imaginativos, os dados indicaram o contrário, o que poderia sugerir uma diminuição de espaço para estímulo de competências imaginativas, especialmente se considerarmos a forma com a qual este processo ocorre ao longo do desenvolvimento. Partindo do princípio que as RS possibilitam considerável consumo de novas informações, essa é uma direção que pode ser tomada para o entendimento deste achado.

Considerando a relevância dos construtos e os achados deste estudo, foi proposto um segundo estudo, de caráter confirmatório, com o objetivo de testar se a Fantasia continua a exercer um papel mediador na relação entre os fatores de empatia — Tomada de Perspectiva, Consideração Empática e Angústia Pessoal — e a intenção de uso de redes sociais. Ao examinar esse modelo mediacional, pretende-se avançar na compreensão dos mecanismos emocionais e imaginativos que sustentam a predisposição ao engajamento digital, contribuindo para o desenvolvimento teórico e de estratégias de promoção de práticas de uso mais responsáveis, conscientes e orientadas pela empatia.

Estudo 2. Análise confirmatória da mediação da Fantasia entre os fatores de empatia e a intenção de uso das redes sociais

Método

O procedimento de coleta dos dados e amostragem foi idêntico ao do primeiro estudo e está cadastrado sob o CAAE: 70724623.8.0000.51888 do Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos.

Participantes

A amostra deste estudo foi composta por 202 estudantes de graduação, com idade média de 23,58 anos (DP = 6,24). A maioria dos participantes era do sexo feminino (n = 157; 77,7%), católica (n = 126; 62,4%) e solteira (n = 169; 83,7%). Além disso, a maioria não tinha filhos (n = 168; 83,2%), embora a média de filhos entre os que tinham fosse de 1,64 (DP = 0,87). No que se refere à formação acadêmica, estudantes de psicologia representaram a maior parte da amostra (n = 109; 54,0%). Quanto ao uso de redes sociais, o Instagram foi a plataforma mais utilizada (n = 101; 50,1%).

Instrumentos

Foram utilizados os mesmos instrumentos do primeiro estudo. A *Escala Multidimensional para o Uso de Mídias Sociais* (EMUMS) (Queiroz e Luft, 2018), o *Índice de Reatividade Interpessoal* (IRI) (Davis, 1983) e um *Questionário sociodemográfico*.

Análise dos dados

Para examinar as relações entre os fatores de empatia e a variável mediadora, foi conduzida uma análise de mediação multivariada no software JASP (versão 0.19.2.0), utilizando o Classic Process Model. O modelo proposto avaliou o papel mediador da Fantasia na relação entre os três fatores de empatia (Angústia Pessoal, Consideração Empática e Tomada de Perspectiva) e a Intenção de Uso de Redes Sociais, enquanto a idade dos participantes foi incluída como variável de controle. A análise foi realizada por meio do estimador Diagonal Weighted Least Squares (DWLS),

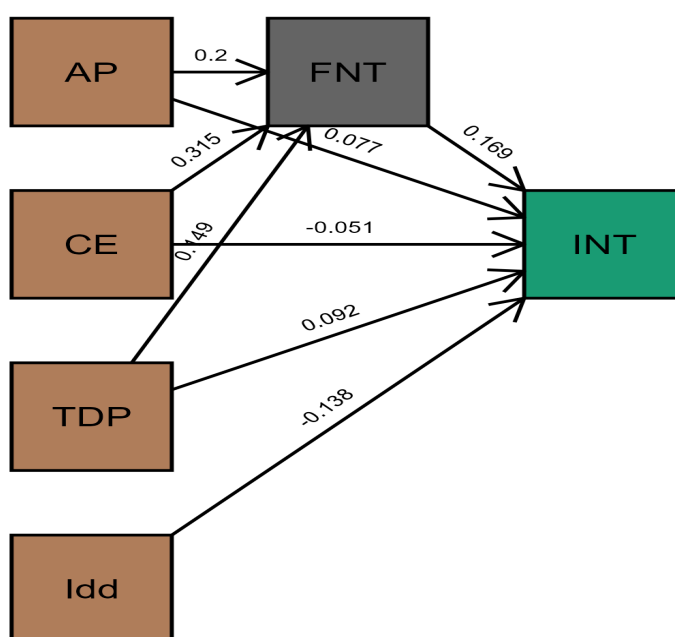
um método robusto recomendado para dados ordinais, pois leva em conta a natureza não contínua das variáveis e proporciona estimativas mais precisas dos parâmetros do modelo. Além disso, foram aplicados procedimentos de bootstrap com 1000 simulações para calcular intervalos de confiança, assegurando maior robustez na inferência estatística dos efeitos diretos, indiretos e totais.

Resultados

A figura 4 apresenta graficamente os efeitos do modelo de mediação da Fantasia na relação entre três fatores de Empatia e a Intenção de Uso de Redes Sociais. Nele, a idade permaneceu no modelo como variável controle, considerando que foi uma variável significativa no estudo 1.

Figura 4

Representação gráfica do modelo de mediação da relação entre Empatia e Intenção de Uso das redes sociais



Nota. AP = Angústia Pessoal; CE = Consideração Empática; TDP = Tomada de Perspectiva; FNT = Fantasia; Idd = Idade; INT = Intenção de uso de redes sociais.

A tabela 2 mostra os efeitos diretos, indiretos e totais da mediação. Verifica-se que apenas a Fantasia e a idade apresentaram efeitos diretos na Intenção de Uso de redes sociais.

Contudo a CE, AP e TDP tiveram efeitos indiretos na Intenção de Uso de Redes Sociais por meio da Fantasia, confirmando a expectativa de mediação. A CE e a AP apresentaram os maiores efeitos de mediação. Por fim, a AP e a CE tiveram efeitos totais estatisticamente significativos, com a AP apresentando o maior efeito.

Tabela 2

Apresentação dos efeitos do modelo de mediação

	Estimativa	Erro Padrão	z-valor	p	Estimativa padronizada	Intervalo de confiança de 95%	
						Inferior	Superior
Efeitos Diretos							
FNT ^I	0,169	0,041	4,102	< 0,001	0,220	0,088	0,250
CE ^I	-0,051	0,055	-0,933	0,351	-0,048	-0,159	0,056
AP ^I	0,077	0,041	1,856	0,063	0,097	-0,004	0,158
TDP ^I	0,092	0,057	1,610	0,107	0,080	-0,020	0,203
Idade ^I	-0,138	0,021	-6,644	< 0,001	-0,320	-0,178	-0,097
CE ^F	0,315	0,074	4,263	< 0,001	0,228	0,170	0,460
AP ^F	0,200	0,056	3,579	< 0,001	0,194	0,091	0,310
TDP ^F	0,149	0,071	2,111	0,035	0,099	0,011	0,287
Efeitos Indiretos							
CE	0,053	0,018	3,021	0,003	0,050	0,019	0,088
AP	0,034	0,012	2,750	0,006	0,043	0,010	0,058
TDP	0,025	0,013	1,929	0,054	0,022	0,08	0,051
Efeitos Totais							
CE	0,002	0,056	0,037	0,971	0,002	-0,107	0,111
AP	0,111	0,040	2,791	0,005	0,139	0,033	0,188
TDP	0,117	0,057	2,054	0,040	0,101	0,005	0,229
Idade	-0,138	0,021	-6,644	< 0,001	-0,320	-0,178	-0,097

Nota. ^I Efeito direto na Intenção de Uso; ^F Efeito direto na Fantasia.

Discussão geral

Os resultados do estudo indicam que a dimensão Fantasia exerce papel central e mediador na previsão da intenção de uso de redes sociais, o que sugere que a propensão a utilizar essas

plataformas não é influenciada igualmente por todas as formas de empatia, mas é canalizada pelo envolvimento imaginativo. Indivíduos com alta pontuação em Fantasia — capacidade de se transportar mentalmente para situações e sentimentos alheios, reais ou fictícios — apresentaram intenção significativamente maior de uso. Já fatores como Consideração Empática e Angústia Pessoal influenciaram a intenção apenas indiretamente, por meio da Fantasia. A Tomada de Perspectiva também mostrou influência indireta, porém mais modesta.

O estudo mostra que a forte conexão entre Fantasia e Intenção de Uso de Redes Sociais tem peso comparável às associações clássicas da TPB entre Atitude e Normas Subjetivas. Isso sugere que a Fantasia funciona como um atalho cognitivo-afetivo, complementando os preditores racionais da teoria. Assim, a decisão não se baseia apenas na avaliação lógica das consequências, mas também no envolvimento emocional com as possibilidades oferecidas. Embora a TPB tradicionalmente enfatize avaliações racionais de custos, benefícios e pressões sociais, os achados indicam que a Fantasia atua como elo entre cognição e afeto, integrando processos emocionais e motivacionais. Essa abordagem reconhece que decisões, especialmente em contextos sociais e digitais, são moldadas tanto por julgamentos racionais quanto por emoções antecipadas e projeções imaginativas.

A integração das emoções à teoria racional da TPB está alinhada com críticas do próprio Ajzen (2011, 2020), que, embora não tenha incluído variáveis afetivas na versão original, reconheceu que afetos antecipados influenciam intenções comportamentais. Autores como Perugini e Bagozzi (2001) também propuseram extensões da TPB incorporando desejos hedônicos e emoções previstas. O papel central da fantasia empática, evidenciado neste estudo, apoia essas propostas e aponta para um caminho promissor em futuras revisões teóricas da TPB. Evidências anteriores reforçam esse raciocínio. Lam et al. (2022) mostraram que a inclusão de variáveis emocionais na TPB — como emoções antecipadas ou conexão afetiva com a natureza — aumentou o poder explicativo do modelo. Ao ampliar o foco da atitude racional para fatores emocionais, esses

estudos evidenciam o papel central dos determinantes afetivos no planejamento do comportamento. O presente estudo corrobora essa tendência, demonstrando que a fantasia empática, com seu caráter afetivo e imaginativo, é também fundamental para explicar a intenção de uso das redes sociais.

O uso das redes sociais vai além do funcional (informar ou comunicar), sendo também uma atividade simbólica e afetiva. Usuários consomem histórias, imagens e experiências de outros, sejam elas compartilhadas por meio de stories, vídeos pessoais ou threads, e a fantasia empática surge como motivação-chave para o engajamento: ao se imaginar no lugar alheio ou em situações futuras, sentem-se emocionalmente conectados ao conteúdo, aprofundando seu vínculo com a plataforma. A Fantasia atua como “hub relacional” na rede, ligada não só à intenção de uso, mas também a outras dimensões da empatia, como Angústia Pessoal e Consideração Empática. Assim, ela conecta motivações emocionais aos desejos comportamentais, uma função especialmente relevante no contexto das redes sociais, marcado pelo consumo constante de narrativas e identificação afetiva.

Do ponto de vista teórico, o efeito direto da Fantasia na intenção de uso das redes sociais reflete seu papel como palco para identificação vicária e exploração de narrativas. A subescala de Fantasia (Davis, 1983) mede a tendência de projetar-se imaginativamente em cenários fictícios, como livros ou filmes. Embora o conteúdo das redes sociais envolva pessoas reais, ele é estruturado de forma narrativa — relatos pessoais, sequências de fotos, vídeos —, permitindo que usuários com alta imaginação se envolvam com essas micro-narrativas de modo semelhante ao engajamento com ficção. Essa transposição imaginativa tornaria as plataformas digitais um ambiente particularmente atraente, explicando o forte efeito observado. Estudos como Alloway et al. (2014) apoiam essa ideia, mostrando correlação entre uso de fotos no Facebook e escores elevados em Fantasia, sugerindo que consumir imagens da vida alheia ativa processos mentais parecidos com a imersão em ficção. Assim, redes sociais funcionam como ambiente fértil para o envolvimento empático mediado pela imaginação, onde a Fantasia é ferramenta-chave para a conexão.

Quanto aos efeitos indiretos, Consideração Empática e Angústia Pessoal foram os fatores mais influentes, com sua ação mediada pela Fantasia. Pessoas com alta Consideração Empática, que se preocupam genuinamente com os outros e valorizam conexões sociais, encontram nas redes sociais um ambiente rico em histórias e emoções de conhecidos. Porém, o modelo indica que essa motivação só aumenta a intenção de uso se acompanhada da capacidade de engajamento imaginativo. As redes sociais oferecem um espaço percebido como seguro para exercitar a empatia, permitindo, conforme estudos de Wandel (2009) e Wright e Li (2011), em que demonstrações emocionais são menos inibidas que no contato face a face. A Fantasia, então, funciona como mecanismo que possibilita ao usuário “sentir-se lá”, colocando-se no lugar do outro para um engajamento emocional autêntico, porém à distância segura.

O caso da Angústia Pessoal é ainda mais intrigante: embora se espere que pessoas facilmente sobrecarregadas por sofrimento alheio evitem redes sociais por conteúdos negativos, o estudo mostrou que maior Angústia Pessoal prevê maior intenção de uso, desde que acompanhada de alta Fantasia. Isso pode ser interpretado ao notar que as plataformas permitem um engajamento mediado e controlado com o sofrimento, reduzindo a sobrecarga emocional direta. Wheeler e Quinn (2017) apoiam essa ideia, ao mostrar que usuários combinam fantasia ("imagino a alegria deles") com angústia ("sinto dor ao ler isso") ao interagir com histórias reais. O ambiente digital possibilita dosar a exposição, mantendo um distanciamento que torna o envolvimento empático menos ameaçador e pode funcionar como estratégia para lidar com emoções difíceis, como indicado também por Alloway et al. (2014) e Martingano et al. (2022).

O impacto da Tomada de Perspectiva pode ser explicado pela natureza rápida e visual das interações online, que favorecem respostas imediatas e simbólicas (curtidas, emojis) em vez de análises cognitivas profundas. A meta-análise de Guan et al. (2019) já indicava uma relação marginal entre redes sociais e empatia cognitiva. Sua influência, mediada pela Fantasia, sugere que contribui mais quando integrada a processos lúdicos e narrativos, não analíticos. Alinhado a uma

visão ampliada da TPB (Ajzen, 1991), isso indica que traços afetivo-imaginativos pesam mais na formação de atitudes e intenções em contextos tecnológicos do que traços puramente cognitivos. Na prática, esses achados mostram que o comportamento online reflete tendências empáticas pré-existentes, desafiando visões simplistas e pessimistas sobre o impacto das redes sociais (Konrath et al., 2011) e sugerindo que essas plataformas podem oferecer oportunidades para treino e expressão empática.

De forma semelhante, Yu et al. (2024) mostraram que a empatia afetiva pode levar indivíduos a acreditar mais facilmente em notícias — verdadeiras ou falsas — quando emocionalmente envolvidos com o conteúdo, via empatia situacional no ambiente online. Esse achado, alinhado ao presente estudo, reforça que os aspectos afetivos da empatia aumentam o engajamento emocional com narrativas, tornando as redes mais atraentes, mas também ampliando a vulnerabilidade à desinformação. Ou seja, traços empáticos valorizados socialmente podem, simultaneamente, representar riscos emocionais diante de conteúdos manipulativos ou enganosos.

A meta-análise de Guan et al. (2019) já indicava que o uso de redes sociais se relaciona mais fortemente com a empatia afetiva (como a preocupação empática) do que com a empatia cognitiva, cuja associação foi mais fraca. O presente estudo reforça e aprimora essa ideia, mostrando que não basta sentir pelo outro; é necessário imaginar o mundo do outro para que a intenção de usar as redes sociais seja mais intensa. Além disso, confirmou-se um efeito direto e negativo da idade sobre essa intenção, evidenciando a fenda digital geracional. Conforme Lee et al. (2021), a adoção de tecnologias digitais varia entre faixas etárias, e a menor disposição de indivíduos mais velhos para usar redes sociais reflete padrões tecnológicos já conhecidos. Do ponto de vista aplicado, essa constatação sugere que intervenções para promover um uso mais consciente e saudável das redes sociais podem se beneficiar de estratégias baseadas em narrativas, role-playing e visualizações mentais. Estimular a imaginação de experiências positivas no ambiente digital pode fortalecer crenças protetivas relacionadas ao comportamento online.

Por fim, embora o fator Fantasia tenha sido pouco explorado em estudos recentes, ele se mostra especialmente relevante no ambiente digital. As redes sociais fornecem estímulos que alimentam representações imaginativas da realidade alheia, favorecendo identificação e projeção (Giri, 2020). Desde as primeiras investigações sobre empatia, a conexão com expressões artísticas como literatura e música já era vista como forma importante de vivenciar empatia, como evidenciado por Lipps, Titchener, Prandtl e Hoffmann (Wispé, 1987). As redes sociais, por sua vez, são espaços de criação de personas — de figuras públicas a conteúdos encenados —, continuando o contato com esferas imaginativas. Além disso, em ambientes textuais, onde pistas emocionais visuais são ausentes, o papel da Fantasia se torna crucial para facilitar a imaginação e o engajamento emocional.

Estudos de validação da IRI apontam limitações psicométricas da subescala de Fantasia, como menor consistência interna e validade discriminante em relação às outras dimensões (Nomura & Akai, 2012; Koller & Lamm, 2015). Além disso, essa subescala pode ser menos sensível para captar variações individuais na empatia, especialmente em diferentes contextos culturais. No Brasil, por exemplo, a adaptação feita por Koller et al. (2001) excluiu a Fantasia, devido ao possível viés relacionado ao acesso desigual a materiais culturais, como livros e filmes. O artigo de Koller et al. (2001) sobre a adaptação da Escala de Reatividade Interpessoal (IRI) para o Brasil destaca a relevância das dimensões Tomada de Perspectiva, Angústia Pessoal e Consideração Empática. Embora a Fantasia tenha sido excluída da versão brasileira, por estar associada à capacidade de envolvimento emocional com situações e personagens imaginários, ela ganha importância no contexto atual das redes sociais. Nessas plataformas, onde as interações digitais substituem as presenciais, a fantasia empática é fundamental para ampliar o alcance da empatia, permitindo conexão emocional com realidades distantes ou fictícias. Assim, essa dimensão, antes considerada menos relevante, revela-se para compreender o engajamento e as narrativas virtuais, evidenciando a necessidade de revisitar seu papel no contexto digital contemporâneo.

Considerações finais dos resultados

A realização do estudo foi pertinente para investigar e compreender a relação entre os fatores do Comportamento Planejado e as dimensões de Empatia na Intenção de Uso das Redes Sociais. Embora os resultados esperados inicialmente, de associação entre os fatores cognitivos (Tomada de Perspectiva e Consideração Empática) e afetivos (Fantasia e Angústia Pessoal) da empatia com dimensões da TPB não tenham sido, especificamente, alcançados diretamente, esta relação foi demonstrada pela mediação do fator da Fantasia na Intenção, trazendo contribuições importantes para este tema tão complexo.

O estudo destaca-se por avançar em investigação de temas pouco explorados na literatura, ao menos, considerando as variáveis aqui operacionalizadas, o que dá subsídio para a formação da comunidade acadêmica e a ciência psicológica social de maneira geral, além de possibilitar bases para estratégias interventivas no desenvolvimento da empatia, contribuindo para a comunidade geral.

Apesar das contribuições deste estudo, algumas limitações devem ser destacadas. Primeiramente, a amostra de conveniência, composta por jovens universitárias, restringe a generalização dos achados. O viés de gênero é particularmente relevante, pois mulheres tendem a reportar escores mais altos de empatia, o que pode ter inflado certas correlações. Em segundo lugar, o delineamento transversal da pesquisa impede o estabelecimento de relações de causalidade; é igualmente plausível que o uso intenso de redes sociais possa, ao longo do tempo, moldar ou intensificar a capacidade de fantasia de um indivíduo. Terceiro, o uso exclusivo de medidas de autorreporte está sujeito a vieses como a desejabilidade social.

Na perspectiva teórica, a intenção comportamental, conforme proposta pela Teoria do Comportamento Planejado, não garante necessariamente a efetiva realização do comportamento. Portanto, a relação entre a intenção de uso das redes sociais e o uso real deve ser interpretada com cautela. Além disso, o desenvolvimento da dimensão Fantasia no contexto digital ainda é pouco

explorado e merece investigações futuras mais aprofundadas, especialmente para compreender como essa capacidade imaginativa se forma e se manifesta em diferentes perfis de usuários.

Outras limitações dizem respeito às variáveis de controle consideradas. Fatores como o tempo diário dedicado às redes sociais e os tipos de plataformas utilizadas — por exemplo, redes predominantemente textuais versus visuais — podem influenciar o relacionamento entre fantasia e intenção de uso. Pesquisas futuras poderiam incluir essas variáveis para um entendimento mais completo do fenômeno.

As direções futuras de pesquisa devem visar superar essas limitações. É crucial replicar o estudo com amostras mais amplas, diversificadas em gênero, idade e cultura. Pesquisas longitudinais ou experimentais são indispensáveis para desembaraçar a direção da causalidade e testar se o uso de redes sociais, de fato, altera os traços empáticos ao longo do tempo, como sugerido por algumas pesquisas e contestado por outras (Konrath et al., 2010). Seria valioso examinar outros mediadores (como a busca por escapismo ou a regulação emocional) e moderadores (como o tipo de uso — ativo vs. passivo), além de comparar sistematicamente diferentes plataformas (ex: o ambiente relacional do Facebook vs. o informativo do Twitter vs. o visual do Instagram), que podem apresentar dinâmicas de empatia muito distintas.

Em síntese, o estudo ressalta que o comportamento nas redes sociais está entrelaçado com processos empáticos complexos, onde os aspectos imaginativos e emocionais parecem ser mais proeminentes que os puramente racionais. A compreensão detalhada desses perfis pode ser fundamental para o desenvolvimento de intervenções psicoeducativas que promovam um uso mais consciente e equilibrado das redes, incentivando a empatia compassiva e, ao mesmo tempo, oferecendo ferramentas para lidar com a inevitável sobrecarga emocional. Longe de serem meros espaços de narcisismo, as redes sociais emergem como arenas de empatia mediada, onde a capacidade intrínseca de sentir e imaginar com o outro, em última análise, molda o nosso engajamento com o mundo digital.

Portanto, os achados deste estudo indicam um campo fértil de reflexões acerca do desenvolvimento de competências empáticas nas redes sociais, uma demanda tão presente no contexto contemporâneo, exigindo atenção dos pesquisadores da área e da sociedade geral, que reflete parte de seu tempo nestas plataformas, consumindo e produzindo conteúdo de formas mais simples até mais complexas. A presente produção reforça sua contribuição acadêmica na teoria, dando margem a investigações futuras, bem como social abrindo espaço para práticas na direção destes achados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação teve como objetivo investigar a relação entre os construtos da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) e a empatia, conforme a abordagem multidimensional de Hoffman (2000), na intenção de uso das redes sociais — espaços que concentram tanto benefícios quanto problemáticas, e que, por isso, mobilizam o interesse de diversas áreas do conhecimento. A pesquisa estruturou-se em dois capítulos centrais: um de natureza teórico-conceitual e outro de cunho empírico.

O capítulo teórico discutiu uma articulação ainda pouco explorada entre as perspectivas do comportamento planejado e da empatia, especialmente no contexto digital. Essa interseção revelou-se promissora para pensar o comportamento online, apesar da escassez de estudos que orientassem formulações hipotéticas mais precisas. Em função disso, adotou-se inicialmente uma abordagem exploratória, voltada à investigação de possíveis relações entre os construtos, sem pressuposições teóricas rígidas.

O capítulo empírico compreendeu dois estudos quantitativos. O primeiro, de caráter exploratório, examinou as associações entre os componentes da Teoria do Comportamento Planejado (atitude, norma subjetiva e controle percebido) e as dimensões da empatia (consideração empática, tomada de perspectiva, angústia pessoal e fantasia) na predição da intenção de uso das redes sociais. Os resultados indicaram correlações significativas, destacando-se o papel central da fantasia e da intenção de uso como pontos de convergência entre os constructos. O destaque da fantasia — dimensão comumente associada à identificação imaginativa com personagens e situações simbólicas — representou um achado inesperado, abrindo novas perspectivas interpretativas para o fenômeno.

O segundo estudo, de natureza confirmatória, teve como foco testar estatisticamente o papel mediador da fantasia nessa relação, controlando a variável idade, que se mostrou significativa no primeiro estudo. Os resultados confirmaram o modelo de mediação, reforçando o papel da fantasia como elo entre empatia e intenção de uso das redes sociais — principal contribuição empírica desta

dissertação. Tais achados ampliam o escopo teórico e metodológico da psicologia social e das ciências humanas aplicadas ao comportamento digital, ao introduzirem um componente simbólico-afetivo como variável mediadora.

A fantasia, nesse contexto, revelou-se não apenas como uma dimensão empática acessória, mas como um mecanismo psicológico que contribui para a forma como indivíduos internalizam e respondem aos estímulos afetivos e cognitivos no ambiente online. Sua presença na mediação da intenção de uso das redes sociais sugere que aspectos simbólicos e imaginativos desempenham um papel relevante nas escolhas e engajamentos digitais, indicando a necessidade de modelos teóricos que considerem essas camadas subjetivas da experiência.

A originalidade do trabalho reside justamente na articulação entre duas abordagens teóricas ainda pouco combinadas na literatura: a Teoria do Comportamento Planejado e os modelos diferenciais de empatia. A investigação da fantasia como mediadora entre empatia e intenção de uso das redes sociais é rara, o que posiciona esta dissertação como uma contribuição relevante tanto para os estudos em psicologia social quanto para a comunicação digital.

Entre as limitações da pesquisa, destaca-se a composição amostral predominantemente de jovens universitários, que acessam um conteúdo informativo e educacional específico, e do sexo feminino — grupo que, segundo a literatura, tende a apresentar maiores níveis de empatia —, o que restringe a generalização dos achados para outros perfis populacionais. Além disso, o uso de instrumentos de autorrelato pode ter introduzido vieses perceptivos e sociais, que devem ser considerados na interpretação dos resultados.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a diversidade da amostra, explorar delineamentos longitudinais que permitam observar a evolução da relação entre empatia e comportamento digital ao longo do tempo e investigar variáveis contextuais, como o tipo de uso das redes (ativo vs. passivo) e os impactos emocionais associados. Estudos que incluam diferentes

contextos digitais — como ambientes imersivos de realidade virtual ou redes de perfil profissional — também poderão enriquecer os debates iniciados por esta dissertação.

Em síntese, este trabalho oferece uma contribuição inovadora ao demonstrar que a fantasia, enquanto componente empático, medeia significativamente a relação entre os fatores do comportamento planejado e a intenção de uso das redes sociais. Esse achado aponta para a relevância de considerar dimensões simbólicas e subjetivas nos modelos explicativos do comportamento digital contemporâneo. Além disso, abre caminho para a formulação de práticas interventivas baseadas no estímulo saudável da fantasia, como estratégias de produção de conteúdo midiático mais empático e imaginativo, projetos educativos que promovam o uso consciente das redes, ou iniciativas que estimulem a identificação simbólica como recurso de aproximação social e desenvolvimento emocional no ambiente online.

REFERÊNCIAS

- Adewoye, S., & Du Plessis, A. (2021). Distorções cognitivas autodegradantes reestruturação intervenção para baixo regulam as reações emocionais e comportamentais dos espectadores ao testemunhar o bullying escolar. *O Relatório Qualitativo*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4852>
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6, 466-487. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90057-0](https://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90057-0)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>
- Ajzen, I., & Sexton, J. (1999). Depth of processing, belief congruence, and attitude-behavior correspondence. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 117–138). The Guilford Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Albuquerque, T., & Freitas, S. H. B. (2020). Empatia e Solidariedade: Estratégias de Comunicação de Marcas de Moda Cearenses no Instagram em Tempos de Pandemia. *Revista Comunicando*, 9(1), 97–123. <https://doi.org/10.58050/comunicando.v9i1.44>

- Alloway, T., Runac, R., Qureshi, M., & Kemp, G. (2014). Is Facebook linked to selfishness? Investigating the relationships among social media use, empathy, and narcissism. *Social Networking*, 3(3), 150–158. <https://doi.org/10.4236/sn.2014.33020>
- Al-Refae, M., Al-Refae, A., Munroe, M., Sardella, N., & Ferrari, M. (2021). Uma intervenção móvel cognitiva baseada em autocompaixão e atenção plena (serena) para depressão, ansiedade e estresse: promovendo regulação emocional adaptativa e sabedoria. *Fronteiras em Psicologia*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648087>
- Ambrose, M., & Kulik, C. (1999). Old Friends, New Faces: Motivation Research in the 1990s. *Journal of Management*, 25, 231 - 292. <https://doi.org/10.1177/014920639902500302>
- Amundson, R. (1983). E. C. Tolman and the Intervening Variable: A Study in the Epistemological History of Psychology. *Philosophy of Science*, 50, 268 - 282. <https://doi.org/10.1086/289109>
- Aparicio-Flores, M., Esteve-Faubel, J., Esteve-Faubel, R., & Álvarez-Teruel, J. (2020). High Academic Self-Efficacy and Dispositional Empathy in Future Teachers. *Sustainability*, 12, 6728. <https://doi.org/10.3390/su12176728>
- Armitage, C., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: a meta-analytic review.. *The British journal of social psychology*, 40 Pt 4, 471-99 . <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Athwal, N., Istanbuluoglu, D., & McCormack, S. (2019). The allure of luxury brands' social media activities: a uses and gratifications perspective. *Inf. Technol. People*, 32, 603-626. <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2018-0017>
- Azad, M. S., Khan, S. S., Hossain, R., Rahman, R., & Momen, S. (2023). Predictive modeling of consumer purchase behavior on social media: Integrating theory of planned behavior and machine learning for actionable insights. *PloS one*, 18(12), e0296336. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296336>

- Baker, R., & White, K. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective. *Comput. Hum. Behav.*, 26, 1591-1597. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.06.006>.
- Ballara, N.B. (2023). The Power of Social Validation: A Literature Review on How Likes, Comments, and Shares Shape User Behavior on Social Media. *International Journal of Research Publication and Reviews*. <https://doi.org/10.55248/gengpi.4.723.51227>
- Bennett, D., Matos, G., Anaza, N., Ruvalcaba, C., & Hamilton, M. (2023). Is this real life? Is it just fantasy? The development and validation of a media-evoked fantasy scale. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jcm-09-2020-4102>
- Bernhardt, B. C., & Singer, T. (2012). The Neural Basis of Empathy. *Annual Review of Neuroscience*, 35(Volume 35, 2012), 1–23. <https://doi.org/10.1146/annurev-neuro-062111-150536>
- Bonfils, K., Lysaker, P., Minor, K., & Salyers, M. (2017). Empathy in schizophrenia: A meta-analysis of the Interpersonal Reactivity Index. *Psychiatry Research*, 249, 293-303. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2016.12.033>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. *Europe's journal of psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Botetzagias, I., Grigoraki, E., & Kokkoris, G. (2024). Using the Theory of Planned Behavior for Explaining Mobile Phone Recycling: The Role of Subjective Norms. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16208773>
- Carr, D. (2020). ‘Ghastly marionettes’ and the political metaphysics of cognitive liberalism: Anti-behaviourism, language, and the origins of totalitarianism. *History of the Human Sciences*, 33, 147 - 174. <https://doi.org/10.1177/0952695119874009>

- Chen, X., Chen, M., Zheng, H., Wang, C., Chen, H., Wu, Q., Liao, H., Zhu, J., Lin, J., Ou, X., Zou, Z., Wang, Z., Zheng, Z., Zhuang, X., & Chen, R. (2022). Efeitos da intervenção psicológica na fadiga da empatia em enfermeiros: uma meta-análise. *Fronteiras em Saúde Pública*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.952932>
- Cheung, C. M. K., Wong, R. Y. M., & Chan, T. K. H. (2020). Online disinhibition: Conceptualization, measurement, and implications for online deviant behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 121(1), 48–64. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>
- Ciaccio, A., & Giorgi, G. (2013). STATISTICAL ANALYSIS OF SOCIAL NETWORKS. , 67, 103-110. https://www.researchgate.net/publication/265686051_Statistical_Analysis_of_Social_Networks
- Comitê Gestor da Internet. (2021). TIC Domicílios: Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros - 2021 Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201233/tic_domicilios_2020_livro_e_letronico.pdf
- Cronin, J., Mao, Y., & Menchen-Trevino, E. (2022). Connecting During a Government Shutdown: Networked Care and the Temporal Aspects of Social Media Activism. *Social Media + Society*, 8. <https://doi.org/10.1177/20563051211069054>
- Davis, M. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach.. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113-126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Drażkowski, D., Trepanowski, R., & Fointiat, V. (2022). Vaccinating to Protect Others: The Role of Self-Persuasion and Empathy among Young Adults. *Vaccines*, 10(4), 553. <https://doi.org/10.3390/vaccines10040553>

- Eldergill-Storm, I. (2022). A comunicação empática é prejudicial ao bem-estar do clínico?. *BMJ*, 378. <https://doi.org/10.1136/bmj.o1613>
- Filipović, J. (2012). Theory of uses and gratifications: A Review. *Marketing Science*, 43, 219-228. <https://doi.org/10.5937/MARKT1203219F>
- Finlay, K. A., & Stephan, W. G. (2000). Improving intergroup relations: The effects of empathy on racial attitudes 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(8), 1720-1737. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02464.x>
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, Massachusetts: Addison Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach (1st ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object. *Human Relations*, 16, 233-240. <https://doi.org/10.1177/001872676301600302>
- Fishbein, M. (1967). Attitude and the prediction of behavior. Em M. Fishbein (Org.), *Readings in attitude theory and measurement* (pp. 477-492). New York: Wiley.
- Fischer, R., & Karl, J. (2021). Predicting Behavioral Intentions to Prevent or Mitigate COVID-19: A Cross-Cultural Meta-Analysis of Attitudes, Norms, and Perceived Behavioral Control Effects. *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/19485506211019844>
- Forster, F., & Grichnik, D. (2013). Social Entrepreneurial Intention Formation of Corporate Volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 153–181. <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.777358>

- Foygel, R., & Drton, M. (2010). Extended Bayesian information criteria for Gaussian graphical models. *Advances in neural information processing systems*, 23. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1011.6640>
- Freitas, E. T. (2017). Linchamentos virtuais: Ensaio sobre o desentendimento humano na internet. *Revista Antropolítica*, 42(1), 140–163. <https://core.ac.uk/download/pdf/236408881.pdf>
- Gadekar, R., & Ang, P. (2020). Is Social Media Use Socially Enhancing or Compensating?. *Journal of Creative Communications*, 15, 269 - 288. <https://doi.org/10.1177/0973258620943705>
- Gaggero, G., Balboni, G., & Esposito, G. (2024). The Role of Cultural Capital in Self-Reported Alexithymia and Empathy.. *Psicothema*, 36 3, 267-276. <https://doi.org/10.7334/psicothema2023.372>
- Gan, C., & Li, H. (2018). Understanding the effects of gratifications on the continuance intention to use WeChat in China: A perspective on uses and gratifications. *Comput. Hum. Behav.*, 78, 306-315. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.003>
- Garnham, A. (2019). Cognitivism. *The Routledge Companion to Philosophy of Psychology*. <https://doi.org/10.4135/9781483380810.n139>
- Ghobadi, S., & Sonenshein, S. (2024). Creating Collaboration: How Social Movement Organizations Shape Digital Activism to Promote Broader Social Change. *J. Assoc. Inf. Syst.*, 25, 1. <https://doi.org/10.17705/1jais.00847>
- Giri, S. (2020). Improving Perspective-Taking, Fantasy, Personal Distress and Empathic Accuracy of Students through the Socratic Dialogue Methods. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v12i2.473>
- Gómez-Galán, J., Martínez-López, J., Lázaro-Pérez, C., & Sánchez-Serrano, J. (2020). Social Networks Consumption and Addiction in College Students during the COVID-19 Pandemic: Educational Approach to Responsible Use. *Sustainability*, 12, 7737. <https://doi.org/10.3390/SU12187737>

- González-Padilla, D., & Tortolero-Blanco, L. (2020). Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *International Brazilian Journal of Urology : official journal of the Brazilian Society of Urology*, 46, 120 - 124. <https://doi.org/10.1590/S1677-5538.IBJU.2020.S121>
- Guan, S. S. A., Hain, S., Cabrera, J., & Rodarte, A. (2019). Social media use and empathy: A mini meta-analysis. *Social Networking*, 8(4), 147–157. <https://doi.org/10.4236/sn.2019.84010>
- Hagger, M., Cheung, M., Ajzen, I., & Hamilton, K. (2022). Perceived behavioral control moderating effects in the theory of planned behavior: A meta-analysis.. *Health psychology : official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*. <https://doi.org/10.1037/hea0001153>
- Hanafizadeh, P., Ravasan, A. Z., Nabavi, A., & Mehrabioun, M. (2012). A Literature Review on the Business Impacts of Social Network Sites. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking (IJVCSN)*, 4(1), 46-60. <https://doi.org/10.4018/jvcsn.2012010104>
- Hansen, J., Saridakis, G., & Benson, V. (2018). Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers' use of social media for transactions. *Comput. Hum. Behav.*, 80, 197-206. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.010>
- Harris, P. (2021). Early Constraints on the Imagination: The Realism of Young Children.. *Child development*. <https://doi.org/10.1111/cdev.13487>
- Hatfield, E., Rapson, R., & Le, Y. (2009). Emotional Contagion and Empathy. , 19-30. <https://doi.org/10.7551/MITPRESS/9780262012973.003.0003>
- Havryliuk, O. (2023). Statistics and Trends in the Functioning of Social Networks. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*. <https://doi.org/10.31866/2617-796x.6.2.2023.293609>
- Hawk, S., Keijsers, L., Branje, S., Graaff, J., Wied, M., & Meeus, W. (2013). Examining the Interpersonal Reactivity Index (IRI) Among Early and Late Adolescents and Their Mothers.

Journal of Personality Assessment, 95, 106 - 96.
<https://doi.org/10.1080/00223891.2012.696080>

Hayashi, Y., & Tahmasbi, N. (2021). Psychological Predictors of Bystanders' Intention to Help Cyberbullying Victims Among College Students: An Application of Theory of Planned Behavior. *Journal of Interpersonal Violence*, 37, NP11333 - NP11357.
<https://doi.org/10.1177/0886260521992158>

Healey, M. L., & Grossman, M. (2018). Cognitive and Affective Perspective-Taking: Evidence for Shared and Dissociable Anatomical Substrates. *Frontiers in Neurology*, 9.
<https://doi.org/10.3389/fneur.2018.00491>

Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and Moral Development: Implications for Caring and Justice* (1^o ed). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805851>

Ienna, M., Rofe, A., Gendi, M., Douglas, H. E., Kelly, M., Hayward, M. W., ... & Griffin, A. S. (2022). The relative role of knowledge and empathy in predicting pro-environmental attitudes and behavior. *Sustainability*, 14(8), 4622. <https://doi.org/10.3390/su14084622>

Jayaram, M., Jayatheertha, G., Rajpurohit, R., Sudheer, G., & Vidya, G. (2020). Time Series Predictive Models for Social Networking Media Usage Data: The Pragmatics and Projections. *Asian Journal of Research in Computer Science*.
<https://doi.org/10.9734/ajrcos/2020/v6i130151>

Kamas, L., & Preston, A. (2020). Empathy, gender, and prosocial behavior. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2020.101654>

Kaufman, D., & Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista FAMECOS*, 27, 34074. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>

Kavictha, D. (2024). Social Media and Social Networking. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*.
<https://doi.org/10.55041/ijrem29635>

- Kepatuhan, T., Diabetes, P., Tipe, M., Menjalani, Y., Diet, T., Dari, D., Kasus, P., Elfa, O., Izza, L., Studi, P., Keperawatan, M., Keperawatan, F., Airlangga, U., Izza, E., Pihak, B., Itu, M., Segenap, T., Tulus, H., Kepada, D., Yuswanto, J., Luang, W., Yang, M., Memberikan, S., Motivasi, F., Menyelesaikan, D., Pendidikan, P., Penguji, S., Memberikan, Y., & Masukan, A. (2008). Theory of Planned Behaviour. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511543579.049>
- Khalid, A. S., & Dickert, S. (2022). Empathy at the Gates: Reassessing Its Role in Moral Decision Making. *Frontiers in Psychology*, 13, 800752. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.800752>
- Kim, H., Min, M.O., & Han, D.H. (2022). Personal Social Networks and Relapses in Women With Substance Dependence: Application of the Theory of Planned Behavior. *Psychiatry Investigation*, 19, 795 - 802. <https://doi.org/10.30773/pi.2022.0168>
- Kogler, L., Müller, V. I., Werminghausen, E., Eickhoff, S. B., & Derntl, B. (2020). Do I feel or do I know? Neuroimaging meta-analyses on the multiple facets of empathy. *Cortex*, 129, 341–355. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2020.04.031>
- Koller, I., & Lamm, C. (2015). Item response model investigation of the (German) Interpersonal Reactivity Index empathy questionnaire: Implications for analyses of group differences.. *European Journal of Psychological Assessment*, 31, 211-221. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/A000227>
- Koller, S. H., Camino, C. V., & Ribeiro, J. A. (2001). Tradução e adaptação da Escala de Reatividade Interpessoal (IRI) de Davis para o contexto brasileiro. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 18(2), 217-229. <https://doi.org/10.1590/S0103-166X2001000300004>
- Konrath, S., O'Brien, E., & Hsing, C. (2011). Changes in Dispositional Empathy in American College Students Over Time: A Meta-Analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15, 180 - 198. <https://doi.org/10.1177/1088868310377395>

- Kramer, A., Guillory, J., & Hancock, J. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111, 8788 - 8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>
- Krueger, J., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Kuss, D. J., et al. (2018). *Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity?* *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(9), 679–697. DOI:[10.1016/j.paid.2018.10.038](https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038)
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2020). Control Interactions in the Theory of Planned Behavior: Rethinking the Role of Subjective Norm. *Europe's Journal of Psychology*, 16, 401 - 417. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.2056>
- Lam, T. W. L., Tsui, Y. C. J., Fok, L., Cheung, L. T. O., Tsang, E. P. K., & Lee, J. C. K. (2022). The influences of emotional factors on householders' decarbonizing cooling behaviour in a subtropical Metropolitan City: An application of the extended theory of planned behaviour. *Science of The Total Environment*, 807, 150826. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.150826>
- Laran, J., & Janiszewski, C. (2023). A behaviorist perspective on how to address negative consumer behaviors. *Consumer Psychology Review*. <https://doi.org/10.1002/arcp.1097>
- Laverdière, O., Kealy, D., Ogrodniczuk, J., & Descôteaux, J. (2018). Got Empathy? A Latent Profile Analysis of Psychotherapists' Empathic Abilities. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 88, 41 - 42. <https://doi.org/10.1159/000494141>
- Lee, C., Geiger-Brown, J., & Beck, K. (2016). Intentions and willingness to drive while drowsy among university students: An application of an extended theory of planned behavior model.. *Accident; analysis and prevention*, 93, 113-123 . <https://doi.org/10.1016/j.aap.2016.05.002>

- Lee, H. Y., Kanthawala, S., Choi, E. Y., & Kim, Y. S. (2021). Rural and non-rural digital divide persists in older adults: Internet access, usage, and attitudes toward technology. *Gerontechnology*, 21(1), 1–11. <https://doi.org/10.4017/gt.2022.21.1.760>
- Le Thanh T. (2024). Heartfelt ventures: The power of empathy in driving social entrepreneurial. *Heliyon*, 10(15), e35119. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35119>
- Liao C. H. (2024). Exploring social media determinants in fostering pro-environmental behavior: insights from social impact theory and the theory of planned behavior. *Frontiers in psychology*, 15, 1445549. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1445549>
- Liu, J., & Liu, Y. (2021). Motivation Research on the Content Creation Behaviour of Young Adults in Anxiety Disorder Online Communities. *International journal of environmental research and public health*, 18(17), 9187. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179187>
- Lončar, M., & Kermek, D. (2020). Analysis of Social Networks Usage among Students. 2020 43rd International Convention on Information, Communication and Electronic Technology (MIPRO), 675-680. <https://doi.org/10.23919/MIPRO48935.2020.9245307>
- Louis, W., Amiot, C., Thomas, E., & Blackwood, L. (2016). The “Activist Identity” and Activism across Domains: A Multiple Identities Analysis. *Journal of Social Issues*, 72, 242-263. <https://doi.org/10.1111/JOSI.12165>
- Maalaoui, A., & Tornikoski, E. (2019). Critical reflections – The Theory of Planned Behaviour: An interview with Icek Ajzen with implications for entrepreneurship research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37, 536 - 550. <https://doi.org/10.1177/0266242619829681>
- Marshall, S. L., Ciarrochi, J., Parker, P. D., & Sahdra, B. K. (2020). Is Self-Compassion Selfish? The Development of Self-Compassion, Empathy, and Prosocial Behavior in Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 30(S2), 472–484. <https://doi.org/10.1111/jora.12492>

- Martela, F. (2020). Self-Determination Theory. *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. <https://doi.org/10.1002/9781118970843.CH61>
- Martingano, A. J., Konrath, S., Zarins, S., & Okaomee, A. A. (2022). Empathy, narcissism, alexithymia, and social media use. *Psychology of Popular Media*, 11(4), 413–422. <https://doi.org/10.1037/ppm0000419>
- Masciantonio, A., Bourguignon, D., Bouchat, P., Balty, M., & Rimé, B. (2020). Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*, 16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248384>
- McCrackin, S. D., & Itier, R. J. (2021). Feeling through another's eyes: Perceived gaze direction impacts ERP and behavioural measures of positive and negative affective empathy. *NeuroImage*, 226, 117605. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2020.117605>
- Mehrabioun, M. (2023). A multi-theoretical view on social media continuance intention: Combining theory of planned behavior, expectation-confirmation model and consumption values. *Digital Business*. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100070>
- Meşe, C., & Aydın, G. (2019). The use of social networks among university students. *Educational Research and Reviews*. <https://doi.org/10.5897/ERR2018.3654>
- Miguel, R. de B. P., Arndt, G. J., & Pires, J. G.. (2021). Psicólogos e o Uso das Mídias: Um Relato de Pesquisa. *Psicologia: Ciência E Profissão*, 41, e224152. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003224152>
- Mindel, V., Overstreet, R., Sternberg, H., Mathiassen, L., & Phillips, N. (2024). Digital activism to achieve meaningful institutional change: A bricolage of crowdsourcing, social media, and data analytics. *Research Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2023.104951>

- Montag, C., Demetrovics, Z., Elhai, J., Grant, D., Koning, I., Rumpf, H., Spada, M., Throuvala, M., & Van Den Eijnden, R. (2024). Problematic social media use in childhood and adolescence.. *Addictive behaviors*, 153, 107980 . <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2024.107980>
- Moreno-Poyato, A., & Rodríguez-Nogueira, Ó. (2020). The association between empathy and the nurse-patient therapeutic relationship in mental health units: a cross-sectional study.. *Journal of psychiatric and mental health nursing*. <https://doi.org/10.1111/jpm.12675>
- Mottaghi, S., Poursheikhali, H., & Shameli, L. (2020). Empatia, fadiga da compaixão, culpa e estresse traumático secundário em enfermeiros. *Ética em Enfermagem*, 27, 494 - 504. <https://doi.org/10.1177/0969733019851548>
- Mourad, A., Srour, A., Harmanai, H., Jenainati, C., & Arafeh, M. (2020). Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions. *IEEE Transactions on Network and Service Management*, 17, 2145-2155. <https://doi.org/10.1109/TNSM.2020.3031034>
- Moutinho, Karina, & Roazzi, Antonio. (2010). AS TEORIAS DA AÇÃO RACIONAL E DA AÇÃO PLANEJADA: RELAÇÕES ENTRE INTENÇÕES E COMPORTAMENTOS. *Avaliação Psicológica*, 9(2), 279-287. Recuperado em 04 de julho de 2025, de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712010000200012&lng=pt&tlng=pt.
- Nittala, N., Bhadauria, A., Saxena, K., Bandhu, D., Mohan, M., & Jadhav, P. (2024). Theories of motivation: A comprehensive analysis of human behavior drivers.. *Acta psychologica*, 244, 104177. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104177>
- Nomura, K., & Akai, S. (2012). Empathy with Fictional Stories: Reconsideration of the Fantasy Scale of the Interpersonal Reactivity Index. *Psychological Reports*, 110, 304 - 314. <https://doi.org/10.2466/02.07.09.11.PR0.110.1.304-314>

- Noordin, N., Khor, K. H., Khor, K. S., Lim, Y. J., & Lee, Y. C. (2022). Dog Owners' Perspectives on Canine Heart Disease in Klang Valley, Malaysia. *Animals : an open access journal from MDPI*, 12(8), 985. <https://doi.org/10.3390/ani12080985>
- Notani, A. (1998). Moderators of Perceived Behavioral Control's Predictiveness in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 7, 247-271. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP0703_02
- Oh J., Sudarshan S., Jin E., Nah S., Yu N. (2020). How 360-degree video influences content perceptions and environmental behavior: the moderating effect of environmental self-efficacy. *Sci. Commun.* 42, 423–453. <https://doi.org/10.1177/1075547020932174>
- Olecká, I., Trochtová, L., Pospíšil, J., & Pospíšilová, H. (2022). Social Networking as Leisure: An Attempt to Conceptualize Liquid Leisure. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su14095483>
- Ozimek, P., & Bierhoff, H. (2016). Facebook use depending on age: The influence of social comparisons. *Comput. Hum. Behav.*, 61, 271-279. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.034>
- Parady, G., Katayama, G., Yamazaki, H., Yamanami, T., Takami, K., & Harata, N. (2019). Analysis of social networks, social interactions, and out-of-home leisure activity generation: Evidence from Japan. *Transportation*, 46, 537-562. <https://doi.org/10.1007/S11116-018-9873-8>
- Parker, D., & Manstead, A. (1995). Evaluating and extending the theory of planned behaviour. *European Review of Social Psychology*, 6, 69-95. <https://doi.org/10.1080/14792779443000012>
- Passy, F. (2001). Socialization, Connection, and The Structure/Agency Gap: A Specification of The Impact of Networks on Participation in Social Movements. , 6, 173-192. <https://doi.org/10.17813/MAIQ.6.2.V6U4WG67X87W943H>
- Pelling, E. L., & White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking Web sites. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the*

Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society, 12(6), 755–759.

<https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0109>

Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British journal of social psychology*, 40(1), 79-98. <https://doi.org/10.1348/014466601164704>

Queiroz, L. S. de, & Luft, M. C. M. S. (2018). Validação de uma Escala Multidimensional para o Uso de Mídias Sociais. *ReMark - Revista Brasileira De Marketing*, 17(4), 603–619. <https://doi.org/10.5585/remark.v17i4.3905>

Ramírez-Correa, P., Grandón, E., Arenas-Gaitán, J., Rondán-Cataluña, J., & Ramírez-Santana, M. (2022). Acceptance of Social Networking Sites by Older People before and after COVID-19 Confinement: A Repeated Cross-Sectional Study in Chile, Using the Theory of Planned Behaviour (TPB). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013355>

Reddy, R. P., Mathulla, A. R., & Rajeswaran, J. (2022). A Pilot Study of Perspective Taking and Emotional Contagion in Mental Health Professionals: Glass Brain View of Empathy. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 44(1), 53–58. <https://doi.org/10.1177/0253717620973380>

Rivis, A., Sheeran, P., & Armitage, C. (2006). Augmenting the theory of planned behaviour with the prototype/willingness model: predictive validity of actor versus abstainer prototypes for adolescents' health-protective and health-risk intentions.. *British journal of health psychology*, 11 Pt 3, 483-500 . <https://doi.org/10.1348/135910705X70327>

Roazzi, A., Almeida, N. D., Nascimento, A. M., Souza, B. C., Souza, M. G. T. C., & Roazzi, M. M. (2014). Da Teoria da Ação Racional à Teoria da Ação Planejada: Modelos para explicar e prever o comportamento. *Revista Amazônica*, 1, 175-208. https://www.researchgate.net/publication/274698176_Da_Teoria_da_Acao_Racional_a_Teo

[ria da Acao Planejada Modelos para explicar e predizer o comportamento From Theory of Reasoned Action to the Theory of Planned Action Models to explain and predict the](#)

Rogers, C. R. Tornar-se pessoa. 5.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Ruohan, W., & Miura, A. (2021). *Online Disinhibition: Reconsideration of the Construct and Proposal of New Model (Japanese)*. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/64p8h>

Sampaio, L., Guimarães, P., Camino, C., Formiga, N., & Menezes, I. (2011). Estudos sobre a dimensionalidade da empatia: tradução e adaptação do Interpersonal Reactivity Index (IRI). , 42, 67-76. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistapsico/article/view/6456>

Satata, D., Nopriyanto, R., Shusantie, M., & Rarindo, H. (2023). ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGY IN INTERPERSONAL RELATIONSHIPS IN THE ERA SOCIETY 5.0. *Economic Growth and Environment Sustainability*. <https://doi.org/10.26480/egnes.01.2023.26.29>

Shiota, S., & Nomura, M. (2022). Role of fantasy in emotional clarity and emotional regulation in empathy: A preliminary study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.912165>

Saulin, A., Ma, Y., & Hein, G. (2024). Empathy incites a stable prosocial decision bias. *Cerebral Cortex*, 34(7), bhae272. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhae272>

Schifter, D. B., & Ajzen, J. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 843-851. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.49.3.843>

Schunk, D., & DiBenedetto, M. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60, 101832. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>

- Shannon, C. (2019). #Family: Exploring the Display of Family and Family Leisure on Facebook and Instagram. *Leisure Sciences*, 44, 459 - 475. <https://doi.org/10.1080/01490400.2019.1597792>
- Shao, M., Li, L., Li, X., Wei, Z., Wang, J., Hong, M., Liu, X., & Meng, J. (2023). O efeito da atenção de cima para baixo na fadiga da empatia.. *Córtex cerebral*. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhad441>
- Sharaievska, I., & Stodolska, M. (2017). Family satisfaction and social networking leisure. *Leisure Studies*, 36, 231 - 243. <https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1141974>
- Sherif, M., & Cantril, H. (1946). The psychology of attitudes.. *Psychological review*, 53, 1-24. <https://doi.org/10.5860/choice.30-6433>
- Shimp, T., & Kavas, A. (1984). The Theory of Reasoned Action Applied to Coupon Usage. *Journal of Consumer Research*, 11, 795-809. <https://doi.org/10.1086/209015>
- Smetana, J., & Adler, N. (1980). Fishbein's Value x Expectancy Model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 6, 89 - 96. <https://doi.org/10.1177/014616728061013>
- Smith J. R., McSweeney A. (2007). Charitable giving: the effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *J. Community Appl. Soc. Psychol.* 17, 363–386. <https://doi.org/10.1002/casp.906>
- Song, J., Wei, Y., & Ke, H. (2019). The effect of emotional information from eyes on empathy for pain: A subliminal ERP study. *PLOS ONE*, 14(12), e0226211. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0226211>
- Sonnby–Borgström, M. (2002). Automatic mimicry reactions as related to differences in emotional empathy. *Scandinavian Journal of Psychology*, 43(5), 433–443. <https://doi.org/10.1111/1467-9450.00312>
- Staddon, J. (2021). The New Behaviorism. *The New Behaviorism*. <https://doi.org/10.4324/9781003158578>

- Statista (2020). *Global social networks ranked by number of users 2020*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Stern, J. A., & Cassidy, J. (2018). Empathy from infancy to adolescence: An attachment perspective on the development of individual differences. *Developmental Review*, 47, 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2017.09.002>
- Stietz, J., Jauk, E., Krach, S., & Kanske, P. (2019). Dissociating Empathy From Perspective-Taking: Evidence From Intra- and Inter-Individual Differences Research. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 126. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2019.00126>
- Sun, R., & Li, J. (2024). A Review of Empathy Education with Digital Means among College Students. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 19(07), pp. 81–91. <https://doi.org/10.3991/ijet.v19i07.50225>
- Sussman, R., & Gifford, R. (2018). Causality in the Theory of Planned Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45, 920 - 933. <https://doi.org/10.1177/0146167218801363>
- Swimmer, K. R., & Sandelich, S. (2024). Substance Use Disorder. *Emergency medicine clinics of North America*, 42(1), 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.emc.2023.06.023>
- Tariq, J., Sajjad, A., Usman, A., & Amjad, A. (2017). The role of intentions in facebook usage among educated youth in Pakistan: An extension of the theory of planned behavior. *Comput. Hum. Behav.*, 74, 188-195. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.045>
- Taylor, M., & Carlson, S. (1997). The relation between individual differences in fantasy and theory of mind.. *Child development*, 68 3, 436-55 . <https://doi.org/10.1111/J.1467-8624.1997.TB01950.X>
- Umair, S., Ho, J. A., Ng, S. S. I., & Basha, N. K. (2023). Moderating Role of Religiosity and the Determinants to Attitude, Willingness to Donate and Willingness to Communicate

- Posthumous Organ Donation Decisions among University Students in Pakistan. *Omega*, 88(1), 216–244. <https://doi.org/10.1177/00302228211045170>
- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J.-P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). Ajzen and Fishbein's theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98–109. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.1.98>
- Venter, E. (2019). Challenges for meaningful interpersonal communication in a digital era. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. <https://doi.org/10.4102/HTS.V75I1.5339>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, 11, 274-302. <https://doi.org/10.1111/SIPR.12033>
- Vinod, N. (2025). Empathy: Can it be shaped by Virtual or Literary Influences?. *International Journal For Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i03.43673>
- Wandel, T.L. (2009) Online Empathy: Communicating via Facebook to Bereaved College Students. *Journal of New Communications Research*, 4, 42-53. [14]
- Wang, Y., Qiao, T., & Liu, C. (2023). A Study of Reasons for Self-Disclosure on Social Media among Chinese COVID-19 Patients: Based on the Theory of Planned Behavior Model. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 11(10), 1509. <https://doi.org/10.3390/healthcare11101509>
- Wheeler, H., & Quinn, C. (2017). Can Facebook Aid Sustainability? An Investigation of Empathy Expression within the Humans of New York Blog. *Sustainability*, 9, 1005. <https://doi.org/10.3390/SU9061005>
- Wickramasinghe, V., White, K. M., & Johnson, D. (2020). Predictors of Players' Decisions to Help Others in Video Games. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 23(4), 264–270. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0552>

- Wigfield, A., & Eccles, J. (2002). Motivational beliefs, values, and goals.. *Annual review of psychology*, 53, 109-32 . <https://doi.org/10.1146/ANNUREV.PSYCH.53.100901.135153>
- Wijnia, L., & Urhahne, D. (2023). Theories of Motivation in Education: an Integrative Framework. *Educational Psychology Review*, 35, 1-35. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09767-9>
- Wispé, L. (1987). History of the concept of empathy. In N. Eisenberg & J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp. 17–37). New York: Cambridge University Press.
- Woods, F., & Ruscher, J. (2021). Viral sticks, virtual stones: addressing anonymous hate speech online. *Patterns of Prejudice*, 55, 265 - 289. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2021.1968586>
- Wheeler, H., & Quinn, C. (2017). Can Facebook aid sustainability? An investigation of empathy expression within the Humans of New York blog. *Sustainability*, 9(6), 1005. <https://doi.org/10.3390/su9061005>
- Wright, M.F. and Li, Y. (2011) The Associations between Young Adults’ Face-To-Face Prosocial Behaviors and Their Online Prosocial Behaviors. *Computers in Human Behavior*, 27, 1959-1962. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.04.019>
- Yu, Y., Yan, S., Zhang, Q., Xu, Z., Zhou, G., & Jin, H. (2024). The Influence of Affective Empathy on Online News Belief: The Moderated Mediation of State Empathy and News Type. *Behavioral Sciences*, 14(4), 278. <https://doi.org/10.3390/bs14040278>
- Yu, J., Ha, I., Choi, M., & Rho, J. (2005). Extending the TAM for a t-commerce. *Information & Management*, 42(7), 965–976. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.11.001>
- Yu, S. (2023). The Influence of Social Media on Interpersonal Relationships. *Communications in Humanities Research*. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/9/20231126>
- Zachlod, C., Samuel, O., Ochsner, A., & Werthmüller, S. (2022). Analytics of social media data – State of characteristics and application. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.016>

Zagaria, A., & Lombardi, L. (2024). A new perspective on trends in psychology. *New Ideas in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2024.101078>

APÊNDICES

Apêndice I - Questionário Sociodemográfico

1. Idade: _____

2. Gênero: () Masculino () Feminino () Outro

3. Status de Relacionamento:

() Solteiro () Casado/União estável () Separado/Divorciado () Viúvo

4. Tem filhos? () Sim () Não

Número de filhos: _____

5. Religião:

() Católica () Evangélica () Espírita () Não possuo religião

Outra: _____

6. Escolaridade:

Qual o seu curso: _____

7. Você trabalha?

() Sim () Não

Se sim, qual sua ocupação profissional? _____

8. Usa alguma mídia social digital, ou seja, usa alguma rede social? Sim () Não ()

Qual(is) Mídia(s)?

Apêndice II – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

CENTRO DE EDUCAÇÃO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Participante,

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “Relação entre uso de medias sociais digitais da internet e empatia em adultos”. Esta pesquisa está sob a responsabilidade do Prof. Dr. Rômulo Lustosa Pimenteira de Melo, da Universidade Federal da Paraíba. O objetivo da pesquisa é oferecer dados que possam contribuir para entender melhor se as mídias sociais podem modificar os níveis de empatia dos usuários. Para Participar você precisa ter entre 18 e 40 anos e ser usuário de alguma Mídia Social, mas conhecida como Redes Sociais. Caso você tenha este perfil e aceite participar, você irá acessar um questionário online, onde você deve indicar sua opinião sobre algumas questões. Informamos que essas questões dizem respeito aos seus sentimentos, pensamentos e comportamentos a respeito do uso de mídias sociais. O tempo médio de resposta da pesquisa é de 20 a 30 minutos.

São esperados riscos mínimos na sua participação na pesquisa, se relacionando apenas a algum incômodo ou cansaço. Caso você se sinta ansioso(a) ou desconfortável durante sua participação, você poderá interrompê-la a qualquer momento. Também gostaríamos de salientar que sua participação é anônima e suas respostas serão utilizadas apenas para fins acadêmicos, não tendo o objetivo de realizar qualquer tipo de diagnóstico individual. Se você sentir um nível de ansiedade ao responder a pesquisa maior do que o habitual, você pode entrar em contato com o pesquisador responsável por meio dos canais apresentados no final deste documento, para que seja encaminhado(a) aos serviços de acolhimento psicológico online oferecidos pelo Departamento de Psicologia da Universidade Federal da Paraíba. Sua participação na pesquisa propiciará o avanço no conhecimento científico sobre como as mídias sociais se relacionam ao nosso comportamento social.

Ressaltamos mais uma vez que sua participação é voluntária e garantimos o anonimato e a confidencialidade das informações fornecidas. Informamos que, conforme a Resolução 510/16 do

Conselho Nacional de Saúde, é garantido a você o direito de buscar indenização judicial, considerando possíveis danos causados a você durante a execução desta pesquisa.

Caso tenha o interesse em receber os resultados desta pesquisa, pedimos que envie uma solicitação ao pesquisador responsável por meio dos contatos informados abaixo, tendo em vista que não podemos solicitar nenhuma informação que revele sua identidade dentro do questionário que irá responder. Por fim, ressaltamos a importância de manter uma cópia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido em seus arquivos pessoais, para que você possa acessar as informações necessárias para obter informações sobre a pesquisa ou entrar em contato com a pesquisadora responsável.

<p>Contato do pesquisador responsável: Prof. Dr. Rômulo Lustosa P. De Melo Endereço: Universidade Federal da Paraíba Centro de Educação, CEP 58059-900 Departamento de Fundamentação da Educação - DFE Email: romulo.lustosa@academico.ufpb.br Telefone: (83) 9 9318-9210</p>	<p>Contato do Comitê de Ética em Pesquisa da UFPB: Endereço: Universidade Federal da Paraíba Centro de Ciências da Saúde – 1º andar, CEP: 58051-900 Cidade Universitária – Campus I Email: comitedeetica@ccs.ufpb.br Telefone: (83) 3216-7791</p>
---	---

Assinatura do pesquisador

Assinatura do participante

ANEXOS

Anexo I – Escala Multidimensional para o Uso de Mídias Sociais (EMUMS)

INSTRUÇÕES: A seguir temos algumas perguntas sobre comportamento em redes sociais. Para responder os itens de construto “Atitude”, marque dentro do espaço “()” a resposta que mais parece com você em cada alternativa. Marque apenas uma entre as duas opções em cada frase.

ITENS DE CONSTRUTO	
As mídias sociais que eu utilizo são...	Nenhum pouco atraentes () OU Super atraentes ()
Para mim, passar tempo nas mídias sociais é...	Horível () OU Maravilhoso ()
Para mim, passar tempo nas mídias sociais é...	Chato () OU Interessante ()
Para mim, passar tempo nas mídias sociais é...	Danoso () OU Benéfico ()
Acessar as mídias sociais faz com que eu me sint...	Insatisfeito () OU Satisfeito ()
Acessar as mídias sociais faz com que eu me sint...	Tolo () OU Sábio ()
Acessar as mídias sociais faz com que eu me sint...	Infeliz () OU Feliz ()

	Discor do comple tament e	Disco rdo	Nem discor do nem concor do	Conco rdo	Concor do complet amente
Espera-se de mim que eu utilize mídias sociais regularmente	1	2	3	4	5
A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que eu deveria usar mídias sociais	1	2	3	4	5
A maioria das pessoas cujas opiniões influenciam minhas decisões valorizam minha participação nas mídias sociais	1	2	3	4	5
Eu tenho o conhecimento necessário para acessar as mídias sociais	1	2	3	4	5
Eu tenho a habilidade necessária para acessar as mídias sociais	1	2	3	4	5
Utilizar as mídias sociais está totalmente sob o meu controle	1	2	3	4	5
Eu posso utilizar as mídias sociais a qualquer momento	1	2	3	4	5
Estou confiante de que eu posso participar regularmente de qualquer mídia social	1	2	3	4	5

Para mim, utilizar regularmente as mídias sociais ao invés de realizar outras atividades é fácil	1	2	3	4	5
Pretendo acessar as mídias sociais daqui a pouco	1	2	3	4	5
Pretendo acessar as mídias sociais amanhã.	1	2	3	4	5
Eu pretendo utilizar regularmente as mídias sociais na próxima semana	1	2	3	4	5

Anexo II - Índice de Reatividade Interpessoal de Davis (IRI)

A seguir apresentam-se algumas sentenças referentes à como nos sentimos frente à diversas situações. Por favor, responda cada uma das situações especificando o quanto elas o(a) descrevem:

		Não me desc reve bem	Desc reve -me pouc o	Des crev e-m e razo avel men te	Desc reve -me bem	Des cre ve- me mui to be m
1	Depois de ver uma peça de teatro ou um filme sinto-me envolvido com seus personagens.	1	2	3	4	5
2	Habitualmente me envolvo emocionalmente com filmes e/ou livros.	1	2	3	4	5
3	Sinto emoções de um personagem de filme como se fossem minhas próprias emoções.	1	2	3	4	5
4	Incomodo-me com as coisas ruins que acontecem aos outros.	1	2	3	4	5
5	Fico comovido com os problemas dos outros.	1	2	3	4	5
6	Quando vejo que se aproveitam de alguém, sinto necessidade de protegê-lo.	1	2	3	4	5
7	Habitualmente fico nervoso quando vejo pessoas feridas.	1	2	3	4	5
8	Fico apreensivo em situações emergenciais.	2	2	3	4	5
9	Fico tenso em situações de fortes emoções.	1	2	3	4	5
1	Por favor, circule a opção dois	1	2	3	4	5
10	Escuto os argumentos dos outros, mesmo estando convicto de minha opinião.	1	2	3	4	5
11	Tento compreender o argumento dos outros.	1	2	3	4	5
12	Coloco-me no lugar do outro se eu me preocupo com ele.	1	2	3	4	5

Anexo III - Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa

CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - CCS/UFPB



Continuação do Parecer: 6.205.187

- FOLHA DE ROSTO (assinada e carimbada) – pelo pesquisador responsável e pelo responsável da Instituição Proponente/Unidade Órgão
- PROJETO COMPLETO (Word ou PDF) em português.
- CARTA DE ANUÊNCIA DO LOCAL DA PESQUISA
- INSTRUMENTO DE COLETA

Recomendações:

Não há recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Certifico que o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba – CEP/CCS aprovou a execução do referido projeto de pesquisa. Outrossim, informo que a autorização para posterior publicação fica condicionada à submissão do Relatório Final na Plataforma Brasil, via Notificação, para fins de apreciação e aprovação por este egrégio Comitê.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2166645.pdf	25/07/2023 16:00:53		Aceito
Outros	termosdeanuencia.pdf	25/07/2023 16:00:31	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_assinado.pdf	22/06/2023 16:11:47	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	escaladecompaixao.pdf	21/06/2023 20:59:38	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	escaladeusoantieprosocialdemidias.pdf	21/06/2023 20:59:01	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	darktriad.pdf	21/06/2023 20:58:13	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	indicedereatividadeinterpessoal.pdf	21/06/2023 20:57:44	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	inventariodepersonalidadeprosocial.pdf	21/06/2023 20:57:03	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	questionariodevalores.pdf	21/06/2023 20:56:12	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 58.051-900

UF: PB **Município:** JOAO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791

E-mail: comitedeetica@ccs.ufpb.br

**CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA -
CCS/UFPB**



Continuação do Parecer: 6.205.187

Outros	Escalamultidimensionalparausodemidias.pdf	21/06/2023 20:55:22	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	Escaladeengajamentoemmdiasociais.pdf	21/06/2023 20:54:34	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Outros	apendiceaquestsociodemografico.pdf	21/06/2023 20:53:43	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle.pdf	21/06/2023 20:52:22	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Orçamento	orcamentoprojeto.pdf	21/06/2023 20:52:02	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Cronograma	cronogramaprojeto.pdf	21/06/2023 20:50:47	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETODETALHADO.pdf	21/06/2023 20:49:46	KAUANY BEATRIZ DIONISIO BATISTA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

JOAO PESSOA, 27 de Julho de 2023

Assinado por:

**Eliane Marques Duarte de Sousa
(Coordenador(a))**