



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

Adaptação da *Generic Scale of Being Phubbed* para a
população portuguesa

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Psicologia
Clínica e da Saúde**.

Leticia Diana da Silva Mendes

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

OUTUBRO 2021



CATÓLICA

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

Adaptação da *Generic Scale of Being Phubbed* para a
população portuguesa

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Psicologia
Clínica e da Saúde**.

Leticia Diana da Silva Mendes

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Ângela Maria
Teixeira Leite**

Agradecimentos

“Deus quer, o Homem sonha, a obra nasce.” (Fernando Pessoa)

Esta dissertação é o resultado de meses a fio de um trabalho incalculável e de uma formação inestimável no curso da minha vida. Deste modo, quero agradecer a todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, me ajudaram a chegar ao patamar onde estou, ainda que não existam palavras que possam exprimir o sentimento de gratidão que nutro por cada uma das pessoas que estão representadas em cada uma das páginas deste documento.

Quero agradecer a Deus pela vida preenchida de bons momentos que me tem proporcionado até aqui, por me dar muito mais do que aquilo que preciso e mereço e por ter feito de mim um ser abençoado.

Aos meus Anjos da Guarda que, infelizmente, partiram cedo demais. Nunca estamos preparados para nos despedirmos de alguém para sempre, mas agora sei que tenho alguém a olhar por mim no céu.

Aos meus pais, Florinda e Manuel, por serem mais do que um exemplo na minha vida. Por nunca me falharem e por fazerem tantos esforços para que eu conseguisse alcançar todos os meus sonhos. E ainda há tanto por sonhar...

Ao meu namorado, Sérgio, por me ajudar tanto com este e tantos outros trabalhos académicos, sem nunca me pedir nada em troca e por me ter amparado nas adversidades. Afinal, o verdadeiro amor vê-se nas circunstâncias de maior dificuldade.

À minha orientadora de Dissertação de mestrado, Professora Doutora Ângela Leite, por todos os ensinamentos facultados até ao dia de hoje ao longo de todo o mestrado e por ser sempre compreensiva quando me mostrava sempre cheia de incertezas.

À minha melhor amiga e às minhas colegas de curso, que ao longo do tempo se tornaram boas amigas, das quais guardo tão boas memórias, tanto carinho e de quem já tenho tantas saudades. Obrigada por sempre me incentivarem a fazer mais e melhor e por nunca me deixarem desistir. Vou levar-vos para sempre junto ao peito.

Ao meu afilhado que, apesar de ser tão pequeninho, sempre foi a minha força para tentar ser um exemplo na sua vida.

Obrigada a todos pelo amor, pela amizade, pelo carinho e acima de tudo por nunca me falharem.

Resumo

Os telemóveis desempenham um papel importante nas relações pessoais e profissionais, contudo, a sua utilização excessiva, abusiva ou inadequada pode ter um efeito negativo nestas mesmas relações. Vários autores têm desenvolvido instrumentos para avaliar o *Phubbing* que consiste no facto de uma pessoa utilizar/olhar para o seu telemóvel durante uma interação real com outra pessoa. Este estudo tem por finalidade adaptar e validar a *Generic Scale of Being Phubbed* para a população portuguesa, estabelecendo a validade convergente dos instrumentos com outros que avaliassem construtos parecidos como a *Partner Phubbing Scale* e o *Nomophobia Questionnaire*; e averiguar as diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas, as variáveis de utilização do telemóvel e a *Generic Scale of Being Phubbed*. A versão portuguesa da *Generic Scale of Being Phubbed* manteve a estrutura proposta pelos autores da versão original. As correlações obtidas pela escala com outros instrumentos asseguraram a validade convergente. Foram encontradas diferenças nos valores da escala de acordo com algumas variáveis sociodemográficas (idade, género, estado civil, estatuto relacional, ter ou não filhos, número de anos de escolaridade e estatuto profissional) e algumas variáveis de utilização do telemóvel (anos de utilização do telemóvel e frequência em minutos por dia da utilização do telemóvel).

Palavras-chave: *Generic Scale of Being Phubbed*, *Nomophobia Questionnaire*, *Partner Phubbing Scale*, Telemóvel

Abstract

Mobile phones play an important role in maintaining personal and professional relationships, however, their excessive, abusive or inappropriate use can have a negative effect on these same interpersonal relationships. Several authors have developed tools to evaluate Phubbing which consists of a person using/looking at their phone during a real interaction with another person. This study aims to adapt and validate the Generic Scale of Being Phubbed for the Portuguese population, establishing the convergent validity of instruments with others that evaluate similar constructs such as the Partner Phubbing Scale and the Nomophobia Questionnaire; and to investigate the differences and/or relationships between sociodemographic variables, mobile phone usage variables and the Generic Scale of Being Phubbed. The Portuguese version of the Generic Scale of Being Phubbed maintained the structure proposed by the authors of the original version. The correlations obtained by the scale with other instruments ensured convergent validity. Differences were found in the scale values according to some sociodemographic variables (age, gender, marital status, relational status, having or not children, number of years of schooling and professional status) and some variables of mobile phone use (years of mobile phone use and frequency in minutes per day of mobile phone use).

Keywords: Generic Scale of Being Phubbed, Nomophobia Questionnaire, Partner Phubbing Scale, Mobile

Índice

Introdução.....	12
Enquadramento teórico.....	13
Metodologia.....	19
Desenho do estudo	19
Procedimentos.....	20
Análise de Dados	20
Amostra.....	21
Instrumentos.....	22
Questionário sociodemográfico.....	22
Questionário relativo à utilização do telemóvel.....	22
<i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	23
<i>Nomophobia Questionnaire</i>	23
<i>Partner Phubbing Scale</i>	24
Apresentação dos resultados.....	25
Análise fatorial exploratória da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	25
Análise fatorial confirmatória da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	25
Análise do total e das subescalas da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	26
Análise descritiva do <i>Nomophobia Questionnaire</i>	35
Análise fatorial confirmatória do <i>Nomophobia Questionnaire</i>	35
Análise descritiva da <i>Partner Phubbing Scale</i>	40
Análise fatorial confirmatória da <i>Partner Phubbing Scale</i>	40
Validade Convergente entre a <i>Generic Scale of Being Phubbed</i> e a <i>Partner Phubbing Scale</i> e o <i>Nomophobia Questionnaire</i>	45
Estabilidade temporal do construto <i>Phubbing</i>	47
Associações e diferenças entre variáveis sociodemográficas e de utilização do telemóvel e o <i>Phubbing</i>	47

Discussão dos resultados	49
Referências bibliográficas	53
Anexos	62

Índice de Tabelas

Tabela 1 Estatística descritiva dos itens da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	27
Tabela 2 Descrição dos resultados da análise fatorial exploratória da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	30
Tabela 3 Estatística descritiva da <i>Generic Scale of Being Phubbed</i> e confiabilidade	34
Tabela 4 Estatística descritiva dos itens do <i>Nomophobia Questionnaire</i>	36
Tabela 5 Estatística descritiva do <i>Nomophobia Questionnaire</i> e confiabilidade	38
Tabela 6 Estatística descritiva dos itens da <i>Partner Phubbing Scale</i>	41
Tabela 7 Estatística descritiva da <i>Partner Phubbing Scale</i> e confiabilidade.....	43
Tabela 8 Correlações entre a <i>Generic Scale of Being Phubbed</i> e subescalas, o <i>Nomophobia Questionnaire</i> e subescalas e a <i>Partner Phubbing Scale</i>	46

Índice de Figuras

Figura 1 Análise fatorial confirmatória da <i>Generic Scale of Being Phbbed (I)</i>	32
Figura 2 Análise fatorial confirmatória da <i>Generic Scale of Being Phbbed (II)</i>	33
Figura 3 Análise fatorial confirmatória do <i>Nomophobia Questionnaire</i>	39
Figura 4 Análise fatorial confirmatória da <i>Partner Phubbing Scale</i>	44

Índice de Anexos

Anexo A - Consentimento informado.....	63
Anexo B – Questionário sociodemográfico.....	64
Anexo C – <i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	66
Anexo D - <i>Nomophobia Questionnaire</i>	70
Anexo E - <i>Partner Phubbing Scale</i>	73
Anexo F – Cronograma.....	75

Abreviaturas e siglas

APA – *American Psychiatric Association*

DSM – 5 - Manual de diagnóstico e estatística das perturbações mentais

F.O.M.O. – *Fear of missing out* (medo de perder algo)

GSBP – Generic Scale of Being Phubbed

INE – Instituto Nacional de Estatística

NMP-Q - Nomophobia Questionnaire

OMS – Organização Mundial de Saúde

PPhubbing – Partner Phubbing Scale

Introdução

O telemóvel tem a funcionalidade de fazer chamadas, enviar sms - *short messages service* -, navegar de forma básica na *Internet*, aceder a informação pessoal, social e profissional, e muitas outras funções (Blachnio & Przepiorka, 2018). A *Internet* é parte significativa do nosso quotidiano. Através desta “ferramenta” conseguimos obter informação de forma a construir conhecimento, navegar nas redes sociais (Frozzi & Mazzoni, 2011; Mazzoni & Zanazzi, 2014) e contactarmos com aqueles que estão longe.

Ao longo do desenvolvimento da tecnologia, diversas são as formas que nos permitem aceder a este meio, tais como tablets, computadores e telemóveis. Esta última tecnologia requer menos esforço e tempo para aceder a *e-mails*, a *blogs* e às redes sociais do que a própria interação cara-a-cara (Lee, 2014).

Ainda que esta tecnologia tenha bons princípios, começou a intrometer-se nas nossas vidas, dando lugar ao fenómeno conhecido por *Phubbing*. *Phubbing* é o resultado da junção de duas palavras de origem inglesa: *phone* (telemóvel) e *snubbing* (desprezo) e representa o ato de desprezar/ignorar uma ou várias pessoas em contexto social, prestando atenção ao telemóvel ao invés de falar/ouvir a pessoa ou pessoas que nos fazem companhia (Davey et al., 2018). Segundo Abeele e colaboradores (2016) este fenómeno ocorre quando um indivíduo (*Phubber*) ignora ou despreza outra pessoa (*Phubbee*), concentrando-se no seu *smartphone*.

Este comportamento leva a que o sujeito que está a ser alvo de *Phubbing* se sinta menos conectado ao outro e menos satisfeito com a conversa cara-a-cara. Neste sentido, esta última poderá pensar que não tem importância para o *Phubber* (Nazir, 2017).

Dado que esta problemática está na ordem do dia, a presente investigação tem como objetivos: (1) Adaptar e validar a *Generic Scale of Being Phubbed (GSBP)* para a população portuguesa; (2) Estabelecer a validade convergente com outras escalas (*Partner Phubbing Scale (PPhubbing)* e *Nomophobia Questionnaire (NMP-Q)*); (3) Estabelecer/ testar diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas e o *Phubbing*; e as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel e o *Phubbing*.

Enquadramento teórico

Atualmente, as pessoas utilizam os seus telemóveis para executar diversas funções, nomeadamente para aceder às redes sociais, aceder a conteúdo para fazer exercício físico e até, para chamar um táxi, demonstrando assim que a dependência deste “instrumento” tem crescido exponencialmente (Al-Saggaf & MacCulloch, 2018). Esta dependência pode dificultar o contacto cara-a-cara que se estabelece com as outras pessoas, dando-se assim o fenómeno definido pela literatura como *Phubbing* (Coehoorn, 2014). Segundo Chotpitayasunondh e Douglas (2016), este comportamento tende a ser visto como uma parte normal nas interações sociais e é entendido como uma consequência direta da utilização problemática dos telemóveis. Segundo a Organização mundial de saúde (OMS, 2014), a utilização abusiva dos dispositivos móveis são um problema de saúde pública.

Segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2017), 99,2% dos adolescentes com 15 anos têm acesso à *Internet* e dentro deste mesmo grupo etário, 94% possuem telemóvel. Desta forma é possível prever que a utilização do telemóvel é considerada um fator preditor da adição à *Internet*, bem como às redes sociais.

O *Phubbing* é o termo que deriva da junção entre *phone* (telemóvel) e *snubbing* (desprezo) e consiste no facto de uma pessoa utilizar/olhar para o seu telemóvel durante uma interação real com outra pessoa (Karadağ et al., 2015). Neste sentido, Abeele e colaboradores (2016) definem a pessoa que utiliza o telemóvel nesta interação social como *Phubber* e a pessoa que recebe este comportamento, que é ignorada, é definida como *Phubbee*. A mesma pessoa pode ser *Phubber* e *Phubbee* ao mesmo tempo. De forma específica, um *Partner Phubbing* exprime o facto de um indivíduo utilizar ou distrair-se com o seu telemóvel enquanto está na companhia do seu/sua parceiro/a de relacionamento (Roberts & David, 2016). Autores como Aagaard (2020) defendem que o *Phubbing* é um fenómeno/comportamento hipócrita, uma vez que os próprios *phubbers* relatam sentirem-se incomodados e ignorados quando outra pessoa “pratica” *Phubbing* contra eles.

O *Phubbing* é um fenómeno multidimensional, uma vez que os dispositivos são dotados de inteligência artificial e disponibilizam várias funcionalidades; logo, este termo refere-se à adição/ vício pelo telemóvel e pelos benefícios que este proporciona como o acesso à *Internet* e redes sociais (*Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter e Whatsapp*) (Karadağ et al, 2015). Apesar de se considerar que este fenómeno é recente, Kenyon (2008) refere que este já existe há mais de treze anos.

Diversos estudos são da opinião de que a utilização do telemóvel pode ser positiva, uma vez que as conexões estabelecidas com os outros sujeitos é parte importante para a

recepção e partilha de informação (Smetaniuk, 2014). Por outro lado, autores como Holmgren & Coyne (2017) referem que a utilização desenfreada das redes sociais pode levar à adição/vício da *Internet*.

Neste sentido, Karadağ e colaboradores (2015, 2016), bem como Chotpitayasunondh e Douglas (2016) defendem que o *Phubbing* é a combinação de cinco comportamentos aditivos: (1) Adição ao telemóvel; (2) Adição ao envio de sms (*short messages service*); (3) Adição à *Internet*; (4) Adição às redes sociais; (5) Jogo patológico. No seguimento da adição ao telemóvel, é importante definir o conceito de *Nomofobia*. Este conceito refere-se à angústia ou ao desconforto excessivo causados pelo pânico excessivo de ficar incontactável através da *Internet*, do computador ou do telemóvel (King & Nardi, 2014).

No que diz respeito às diversas patologias associadas à utilização problemática dos telemóveis, destaca-se a síndrome F.O.M.O. (*Fear of missing out* – medo de perder algo) que é definida como o medo de estar a perder algo ou alguma informação em consequência de estar incontactável através da *Internet*, o que leva a que o indivíduo não tenha a capacidade de se privar da *Internet* (Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013). Também, Blanca e Bendayan (2018) consideram que esta síndrome está associada tanto à utilização excessiva do telemóvel (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Elhai, Levine, Dvorak & Hall, 2016) como também ao comportamento de *Phubbing* (Karadag et al., 2015), sendo assim um dos determinantes da adição às redes sociais (Beyens et al., 2016; Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013).

Apesar de apenas o jogo patológico ser descrito pelo Manual de Estatística das Perturbações Mentais - DSM-5 (APA, 2014), há autores que defendem que a Adição pela *Internet* é um novo tipo de perturbação (Yellowlees & Marks, 2007) e relatam que o jogo *online*, o acesso às redes sociais e/ou à pornografia estão relacionados com a utilização excessiva da *Internet*. As redes sociais são um meio de comunicação que permite aos indivíduos, através do *Facebook*, do *Instagram*, do *WhatsApp*, do *Twitter* e de outras aplicações, o contacto permanente com outras pessoas enquanto jogam videojogos no telemóvel. Este meio de comunicação tornou-se um aliado prático e parte integrante da nossa rotina e pode ser acedido de forma fácil em qualquer lugar através do telemóvel (Karaiskos et al., 2010; Turel & Serenko, 2012 citado em Nasir & Bulut, 2019).

A partir destas redes sociais, os indivíduos passam a viver num mundo virtual, tentando manter uma aparência que nem sempre corresponde à realidade, esquecendo a própria vida real e as pessoas à sua volta. Estes comportamentos em contexto público e/ ou social ilustra claramente o funcionamento do *Phubbing* (Nasir & Bulut, 2019).

Segundo o DSM-5 (APA, 2014), o jogo patológico é definido como um comportamento perseverante, recorrente e complexo no que diz respeito ao jogo, o que leva ao mal-estar clinicamente significativo durante um período de doze meses. Esta perturbação caracteriza-se ainda pela necessidade de jogar com quantias excessivas de dinheiro a fim de atingir a excitação/ o prazer desejado; pelo prejuízo ou perda das relações significativas na progressão da carreira ou académicas devido ao jogo, bem como pela preocupação frequente com o jogo (e.g.: pensamento recorrente de planeamento dos jogos posteriores).

Autores como Chotpitayasunoundh e Douglas (2016) defendem que o fenómeno de *Phubbing* ocorre como resultado de três fatores diversos: exclusão social, necessidade de atenção e intensidade dos *media* sociais. Este facto pode ser explicado pela exclusão dos indivíduos nos contextos sociais reais. Deste modo, estes sujeitos excluídos da sociedade, numa tentativa de procura de atenção, recorrem aos *sites* de redes sociais (Benvenuti et al., 2019). De acordo com Soat (2015) o *feedback* positivo obtido nas redes sociais através dos *likes* resulta na libertação de dopamina (neurotransmissor monoaminérgico) que produz a mesma sensação resultante de um abraço ou sorriso. Al-Saggaf (2013) e Ifinedo (2016) referem que as redes sociais funcionam como uma melhoria nas interações sociais e na manutenção da interconectividade, como forma de entretenimento bem como, escape da realidade. Segundo David & Roberts (2017), o *Phubbing* leva a que os sujeitos se sintam excluídos nos contextos pessoais e sociais, logo, estes envolvem-se de forma intensa nas redes sociais na esperança de receber atenção e obter a sensação de pertencer a um grupo. Também Blachnio e Przepiorka (2018) consideram que o *Phubbing* resulta da obsessão pelo telemóvel e pelas lacunas de comunicação. O *Phubbing* não só deriva destas questões “ambientais”, mas também está relacionado com alguns determinantes psicológicos/ psicossociais como a autoestima, o autocontrolo e o bem-estar. Nesta perspetiva, Blachnio e Przepiorka (2018) defendem que indivíduos com baixa autoestima, maior solidão e baixa satisfação de vida estão mais expostos ao risco da utilização excessiva de redes sociais e tendem a tornar-se mais obsessivos com a utilização do telemóvel, que pode originar comportamentos de *Phubbing* durante as interações sociais face-a-face com outras pessoas. Um elevado autocontrolo está associado ao compromisso de alcançar os objetivos propostos a longo prazo, com a adaptação do comportamento às normas sociais e, por consequência, um melhor ajustamento social e inibição de respostas emocionais (De Ridder et al., 2012). Por outro lado, baixos níveis de autocontrolo estão associados com comportamentos de risco como a utilização problemática do telemóvel ou o consumo de drogas e com dificuldades de supervisão ou estabelecimento de limites e/ou conflitos nas relações interpessoais (De Ridder

et al., 2012). Chopitayasunondh e Douglas (2016) referem também que déficits no autocontrolo e a utilização excessiva do telemóvel conduzem a comportamentos compulsivos, como verificação contínua dos telemóveis, o que, por sua vez, está associado a problemas nas relações interpessoais, causando desconfiança e distanciamento dos outros.

Nazir (2017) considera que o comportamento de *Phubbing* ocorre quando os indivíduos se sentem aborrecidos no decorrer dos encontros interpessoais, em seminários ou até mesmo em aulas. Este comportamento está a tornar-se numa norma social uma vez que os alunos utilizam os telemóveis nas aulas e não são repreendidos pelos professores, a não ser quando este comportamento perturba o próprio funcionamento da leção. Por outro lado, este comportamento está a afetar as relações interpessoais, os sentimentos e faz com que a pessoa que está a ser alvo de *Phubbing* se sinta menos importante para a outra pessoa durante as interações sociais face-a-face. Também Leung e Wei (2000) defendem que há fatores específicos que explicam o comportamento de *Phubbing*, tais como a socialização, a interconectividade pessoal e o alívio do tédio. Também a negatividade tem sido encarada como um determinante para que este fenómeno ocorra e, tal como comprova o estudo de T'ng, Ho e Low (2018), indivíduos com temperamento negativo estão mais propensos a serem *Phubbers*. O neuroticismo também tem sido apontado como um indicador para a utilização problemática do *Instagram*. Por outro lado, nos estudos de Kircaburun e Griffiths (2018), foram encontradas relações negativas entre a empatia e a adição ao *Instagram*. Estes dados poderão ser interpretados como os indivíduos com uma grande empatia terem mais consciência de como a utilização do telemóvel tem impacto nos indivíduos ao seu redor, diminuindo assim a utilização do mesmo.

O excesso de utilização do telemóvel prejudica o contacto visual e enfraquece a capacidade de contacto (Karadağ et al., 2013). Contudo, as pessoas têm mais comportamentos de *Phubbing* com as outras pessoas que lhes são mais próximas do que com aqueles com quem não têm uma relação tão chegada (Al-Saggaf & MacCulloch, 2018). Ainda neste sentido, Krasnova e colaboradores (2016) defendem que os/as parceiros/as alvos de *Phubbing*, reportam sentimentos de ciúme e falta de intimidade com os seus/suas parceiros/as (Halpern & Katz, 2017). Estes dados vão ao encontro da opinião de Chopitayasunondh e Douglas (2018) que defendem que o *Phubbing* prejudica a satisfação no relacionamento.

Turkle (2012) deu a conhecer o conceito *alone together* (juntos sozinhos) para se referir à capacidade que as redes sociais e o telemóvel nos permitem estarmos juntos sem o estarmos efetivamente. Ainda assim, este deveria apenas ser utilizado como acessório, mas não deveria ser considerado uma prioridade (Turkle, 2012). Este “instrumento” acabou por

consternar as relações e comunicações face-a-face, desestruturou a maneira como se costumava conversar, alterou o nosso conceito de norma social e influenciou a comunicação durante as interações sociais (Nazir, 2017). Ainda assim, há pessoas que concordam que o *Phubbing* não é aceitável (Jiang, 2018). Portanto, os telemóveis foram criados para responder às necessidades de comunicação à distância (Roberts & David, 2016), porém, podem esconder muitas preocupações e ser a causa de muitos problemas atuais. Tal como refere Mahou (2013), o comportamento de *Phubbing* reduz os níveis de compromisso, de atenção e de empatia para com o outro, o que poderá prejudicar a interação entre os sujeitos, o que se repercute negativamente na satisfação com as relações interpessoais e nos sentimentos de bem-estar pessoal (Roberts & David, 2016).

Tendo em conta as diferenças de género, no que respeita ao *Phubbing*, segundo estudos recentes de Villafuerte-Garzón e Vera-Perea (2019), os indivíduos do género masculino tendem a realizar mais o comportamento de *Phubbing*, prestando mais atenção aos seus telemóveis em comparação com as mulheres. Contrariamente, Garzón e Perea (2019) defendem que ser mulher constitui um fator de risco no que concerne ao facto de utilizar inadequadamente a *Internet*. Tem-se demonstrado também que as jovens têm mais consequências emocionais negativas como resultado da utilização problemática do telemóvel (Sánchez-Carbonell et al., 2008; Sánchez-Martínez & Otero, 2010), sendo que estas entendem a sua utilização como mais problemática em comparação com os homens (Beranuy et al., 2009; Chóliz et al., 2009; Labrador & Villadangos, 2010; Sánchez-Martínez & Otero, 2010).

Segundo Chotpitayasunondh e Douglas (2018), o *Phubbing* é um tipo de ostracismo induzido pela utilização do telemóvel, sendo que, quando este comportamento é executado pelos pais através de uma interação negativa com o filho, na medida em que os pais se distraem com os seus *smartphones* enquanto interagem com os seus filhos, falamos de *Phubbing* parental (Wang et al., 2020); este está associado à exaustão dos adolescentes (Bai et al., 2020) e à depressão (Xie & Xie, 2020) e/ou sintomas depressivos nos mesmos. Deste modo, os indivíduos que reportam baixa autoestima, que conduz à coibição social e às dificuldades nas interações face-a-face, podem compensar estas lacunas presentes durante as interações pessoais através da utilização excessiva das redes sociais (Huaytalla et al., 2016).

Neste sentido, diversos investigadores, tais como Billieux e colaboradores (2007, 2008), descobriram que este é utilizado como uma ferramenta para preencher os sentimentos de vazio/ solidão e para reduzir a ansiedade. Deste modo, observou-se que indivíduos que foram privados da utilização do telemóvel (Park, 2005) desenvolveram sintomas de impulsividade (Billieux et al., 2007; Billieux et al., 2008).

Também a utilização problemática das redes sociais é maior nos adolescentes que apresentam instabilidade emocional, impulsividades cognitivas e déficits no autocontrolo (Moral & Fernández, 2019); estarem contactados à *Internet* diminui o sentimento de solidão. Ainda assim, a utilização das redes sociais pode produzir um decréscimo nas competências relacionais, originando analfabetismo relacional e facilitando a construção de relações sociais fictícias (Echeburúa & Requesens, 2012). A tecnologia pode ser prejudicial no que concerne às interações sociais, uma vez que as interações sociais presenciais são interrompidas pelas interações *online* (Pancani et al., 2020)

Concluindo, o *Phubbing* é um fenómeno bastante presente na nossa sociedade e dada a sua importância pretendemos explorar esta temática de forma aprofundada. Deste modo, o presente estudo pretende atingir os seguintes objetivos: (1) Adaptar e validar a *Generic Scale of Being Phubbed (GSBP)* para a população portuguesa; (2) Estabelecer a validade convergente com outras escalas (*PPhubbing* e *NMP-Q*); (3) Estabelecer/ testar diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas e o *Phubbing*; e as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel e o *Phubbing*.

Metodologia

Terminado o enquadramento teórico dos vários conceitos implícitos nesta investigação, bem como a revisão teórica geral, é fundamental apresentar os procedimentos metodológicos adotados no decorrer deste projeto de investigação. Os objetivos deste estudo são: (1) Adaptar e validar a *Generic Scale of Being Phubbed (GSBP)* para a população portuguesa; (2) Estabelecer a validade convergente com outras escalas (*PPhubbing* e *NMP-Q*); (3) Estabelecer/ testar diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas e as variáveis de utilização do telemóvel e o *Phubbing*. Este estudo tem como hipóteses: (H1) Prevê-se encontrar um modelo da *Generic Scale of Being Phubbed* que apresente um bom ajustamento à população portuguesa; (H2) Prevê-se que exista validade convergente entre a *GSBP* e a *PPhubbing* e o *NMP-Q*; (H3) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis sociodemográficas; e, finalmente, (H4) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel (anos de utilização do telemóvel e utilização do telemóvel por dia). Para se testar a H1 utilizar-se-á a análise fatorial exploratória, seguida da análise fatorial confirmatória. A hipótese H2 será testada através da correlação de *Pearson*. Relativamente à H3 e H4 utilizar-se-á o teste de correlação de *Pearson*, o teste de correlação de *Spearman*, o teste de diferenças de distribuição de frequências Qui-quadrado e o teste *t de Student* para comparar médias de variáveis dicotómicas.

Desenho do estudo

Sendo este um estudo descritivo e exploratório de natureza quantitativa, o foco encontra-se na observação, classificação e descrição de fenómenos efetuados através de pesquisa e recolha de dados característicos da população através de questionários (Duran & Toledo, 2011). Constituem variáveis dependentes: a perceção de ser ignorado pelos outros avaliada pela *GSBP*. Por outro lado, as variáveis independentes são as variáveis sociodemográficas (idade, género, estado civil, estatuto relacional, ter filhos, estatuto profissional, número de anos de escolaridade) e as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel (frequência em minutos por dia da utilização do telemóvel, anos de utilização do telemóvel) e, por fim, a *Partner Phubbing Scale* e o *Nomophobia Questionnaire*.

Procedimentos

A presente investigação foi submetida ao Concelho Científico da Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa – Braga, tendo sido aprovada. Além disso, foi pedida autorização aos autores originais da escala a validar para a população portuguesa. Em seguida, procedeu-se à tradução e retradução dos instrumentos a validar. Procedeu-se ainda à aplicação do questionário a dez participantes, com a finalidade de detetar possíveis dificuldades relativamente à compreensão dos itens, o que não se verificou.

O presente estudo teve por base uma amostra recolhida através do método de amostragem não probabilística por bola de neve (*snowball sampling*) através das redes sociais (*Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter e Whatsapp*). *Snowball sampling* consiste numa técnica de amostragem não probabilística (que inclui amostragem intencional), na qual um investigador começa com uma pequena população de indivíduos conhecidos e expande a amostra devido a esses participantes iniciais identificarem outros que poderiam participar no estudo. Isto é, a amostra começa pequena, mas transforma-se numa bola de neve, portanto, numa amostra maior no decorrer da pesquisa (Fortin, 2006). Os participantes, através do consentimento informado (Anexo A), foram esclarecidos dos objetivos do presente estudo e foram-lhes garantidos o anonimato e a confidencialidade dos dados. Os participantes aceitaram participar neste estudo de forma voluntária.

A aplicação dos questionários decorreu entre o dia 12 de maio de 2020 e o dia 24 de outubro de 2020 (Anexo F). Posteriormente, os dados recolhidos foram introduzidos no programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences - SPSS 27* e *AMOS 27*.

Análise de Dados

Para a análise univariada da informação dos dados recorreu-se à estatística descritiva (frequências, medidas de localização e de dispersão), de acordo com o tipo de variável. Para análise bivariada recorreu-se à estatística inferencial, nomeadamente aos testes Qui-quadrado e ao Teste *t de Student* para estabelecimento de diferenças. Para estabelecer associações entre variáveis recorreu-se ao teste de Correlações de *Pearson* e de *Spearman* de acordo com o tipo de variável em questão e tamanho da amostra (Pestana & Gageiro, 2014). No teste de correlação de *Pearson* e *Spearman*, a análise da magnitude dos coeficientes foi realizada de acordo com os critérios definidos por Cohen e Holliday (1982, citado em Bryman & Cramer, 2001) nos quais, um coeficiente menor que 0.19 é considerado muito baixo; um coeficiente

entre 0.20 e 0.39 é considerado baixo; um coeficiente entre 0.40 e 0.69 é considerado moderado; um coeficiente entre 0.70 e 0.89 é considerado alto e um coeficiente de 0.90 a 1.0 é considerado muito alto.

Para a validação da *GSBP*, foi levada a cabo uma análise fatorial exploratória (AFE) que consiste num conjunto de técnicas multivariadas com o objetivo de encontrar a estrutura subjacente de uma matriz de dados e de determinar o número e natureza dos fatores que representam um conjunto de variáveis observadas (Brown, 2006). A análise fatorial exploratória foi efetuada a partir da análise da magnitude das saturações fatoriais e da significância dos valores de t (Byrne, 2011). O item retido deve saturar o fator primário em pelo menos 0.40 (Hair et al., 2014), não apresentando valores de saturação acima de 0.32 em dois ou mais fatores (Costello & Osborne, 2005) e a saturação no fator primário deve ter o dobro da magnitude, comparativamente com os restantes fatores. Foi ainda levada a cabo uma análise fatorial confirmatória (AFC) que consiste em verificar *a priori* o ajustamento entre os dados observados e um modelo hipotético, sendo este baseado na teoria que especifica as relações causais entre as variáveis (León, 2011). Neste sentido, a análise fatorial confirmatória é um estimador de máxima verossimilhança (*Maximum Likelihood*). Serão considerados os índices seguintes: *Chi-square* (χ^2), que deve assumir valores de p não significativos ($p < 0.05$) de modo a indicar um bom ajustamento do modelo; *Standardized Root-Mean-Square Residual* (SRMR), com valores abaixo de 0.08 a indicar bom ajustamento (Hu & Bentler, 1999); *Comparative Fit Index* (CFI), com valores superiores a 0.95 (Hu & Bentler, 1999); e o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), com valores abaixo de 0.06 a indicarem um bom ajustamento do modelo (Hu & Bentler, 1999).

Para analisar a validade convergente, utilizou-se o valor da correlação de *Pearson* (Bonett & Wright, 2000). Para avaliar a estabilidade do instrumento, através do teste-reteste, utilizou-se, de novo, a correlação de *Pearson* (Bonett & Wright, 2000).

Amostra

A amostra total é constituída por 641 indivíduos, sendo a maioria do género feminino ($n = 436$, 68%), com idades compreendidas entre os 18 e os 71 anos ($M = 27.91$, $DP = 10.60$). No que concerne ao estado civil, 513 sujeitos são solteiros, 108 são casados/união de facto, 18 são divorciados/separados e, por último, apenas dois indivíduos são viúvos. Quanto ao estatuto relacional, 299 (46.6%) não se encontram numa relação romântica e os restantes 342 (53.4%) encontram-se numa relação amorosa. No que respeita ao facto de terem filhos, 107 (16.7%) admitiram ter filhos e os restantes 534 (83.3%) não têm filhos. Por fim, no que diz respeito aos anos de frequência escolar, a média de anos de escolaridade é de 14.64 anos (DP

= 3.20). Quanto ao estatuto profissional, 51 (8%) destes participantes da amostra encontram-se inativos (reformado/a, desempregado/a, doente) e os restantes 590 (92%) encontram-se ativos (estudante, empregado/a, trabalhador/a por conta própria).

A amostra utilizada para a análise fatorial exploratória, constituída por 320 indivíduos, apresenta uma média de idades de 29.54 anos ($DP = 10.85$), enquanto a amostra utilizada para a análise fatorial confirmatória, constituída por 321 sujeitos, apresenta uma média de idades de 26.29 anos ($DP = 10.11$): [$t(635, 563) = 3.93$; $p < 0.001$; $d = 0.31$], sendo esta diferença estatisticamente significativa. Encontraram-se diferenças estatisticamente significativas na distribuição do género pelas duas diferentes amostras: [$\chi^2(1) = 12.88$; $p < 0.001$; $\Phi = 0.14$]. Foram encontradas diferenças estatisticamente significativas na distribuição da variável ter ou não ter filhos nas duas amostras: [$\chi^2(1) = 5.03$; $p = 0.025$; $\Phi = 0.09$].

A amostra utilizada para realizar a análise fatorial exploratória apresenta uma média de anos de escolaridade de 14.83 anos ($DP = 3.20$), enquanto a amostra utilizada para realizar a análise fatorial confirmatória apresenta uma média de 14.45 ($DP = 3.20$).

Não existem diferenças estatisticamente significativas em relação aos anos de escolaridade no que diz respeito às duas amostras: [$t(639) = 1.50$; $p = 0.134$; $d = 3.20$]. Por fim, também não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas no estatuto relacional das duas amostras: [$\chi^2(1) = 2.38$; $p = 0.123$; $\Phi = 0.06$].

Instrumentos

Questionário sociodemográfico

O questionário sociodemográfico (Anexo B) é constituído pelas seguintes questões: idade, género (1 – Feminino, 2 – Masculino, 3 – Outro), estado civil (1- Solteiro/a, 2- casado/a / União de facto; 3- Divorciado(a)/Separado/a), estatuto relacional (1 – Não estou numa relação romântica, 2 – Estou numa relação romântica), ter ou não filhos (1 - Sim, 2 – Não), número de anos de escolaridade e, por fim, do estatuto profissional (1 – Inativo, 2 – Ativo).

Questionário relativo à utilização do telemóvel

Este questionário sociodemográfico era constituído por duas questões referente à utilização que os participantes faziam do telemóvel, focando-se nos anos de utilização do telemóvel e na frequência em minutos por dia da utilização do telemóvel.

Generic Scale of Being Phubbed

A *GSPB* (Anexo C) foi desenvolvida por Chotpitayasunondh e Douglas (2018) com o objetivo de medir a observação de comportamentos de *Phubbing* por parte das outras pessoas. Esta escala é composta por 22 itens e estes são respondidos através de uma escala de *likert* de 7 pontos, em que 1 corresponde a “nunca” e 7 corresponde a “sempre”, sendo os valores intermédios 2 que corresponde a “quase nunca; 3 que equivale a “raramente”; 4 que coincide com “às vezes”; 5 que corresponde a “frequentemente” e 6 que diz respeito a “quase sempre”. Dentro destes valores, o indivíduo irá posicionar-se naquele valor que melhor descreve a sua experiência nas interações sociais face-a-face com as outras pessoas. As pontuações são interpretadas segundo a soma das respostas a cada item, variando entre 22 e 154 pontos, sendo que pontuações mais altas correspondem a uma perceção maior de se sentir ignorado. A escala contém três subescalas: “Conflito Interpessoal”, “Normas Percebidas” e “Sentir-se Ignorado”, cuja consistência interna se compreende entre $\alpha = 0.90$, $\alpha = 0.92$ e $\alpha = 0.94$, respetivamente. Estas subescalas dizem respeito às “Normas Percebidas” – comenta as descrições do que as outras pessoas fazem com os seus telemóveis; este fator contém nove dos 22 itens presentes na escala. O segundo fator diz respeito ao facto de a pessoa se sentir ignorada, ou seja, reflete o que a pessoa sente quando é ignorada por outra devido à utilização que esta última faz do seu telemóvel; este fator contém oito itens. Por último, o terceiro fator, denominado por “Conflito Interpessoal”, consiste em cinco itens relativos ao conflito percebido entre o sujeito e as restantes pessoas devido à utilização do telemóvel. No artigo original desta escala, os autores relatam correlações moderadas a fortes entre os fatores e todos estes se correlacionam com a pontuação geral do instrumento. Por fim, pode-se salientar que esta escala já foi validada para a população e língua turca e também para o idioma inglês (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

Nomophobia Questionnaire

Para avaliar o nível de dependência do telemóvel, foi utilizado o *NMP-Q* (Anexo D). Este questionário foi criado por Yildirim e Correia (2015) e adaptado e validado para a população portuguesa por Loureiro e Galhardo (2018). Este instrumento é composto por 20 itens que avaliam quatro dimensões: (1) “Não Conseguir Comunicar” – que se refere aos sentimentos de perda da comunicação instantânea através dos meios que permitem esse tipo de comunicação; (2) “Perda de Conexão” – dimensão relacionada com os sentimentos de perda da conectividade que os telemóveis oferecem e com o facto de desconexão da identidade online; (3) “Impedimento do acesso às informações” – esta dimensão reflete o desconforto da perda ao acesso geral à informação através dos telemóveis; e, por fim, (4)

“Abandono do Conforto” – esta última dimensão está relacionada com as emoções de comodidade que os telemóveis fornecem e reflete o desejo de possuir estes sentimentos. Estes itens são respondidos através de uma escala *likert* de 7 pontos, em que 1 corresponde a “discordo totalmente” e 7 diz respeito a “concordo fortemente”. As pontuações são interpretadas segundo a soma das respostas a cada item, variando entre 20 e 140 pontos, sendo que pontuações mais altas correspondem a um nível mais elevado de Nomofobia. As subescalas deste instrumento apresentam uma elevada consistência interna, sendo que “Não ser capaz de comunicar” apresenta $\alpha = 0.94$; “Perder conexão” $\alpha = 0.87$; “Não Conseguir Ter Acesso às Informações” $\alpha = 0.83$; e o “Desistir da Convivência” apresenta $\alpha = 0.82$ (Yildirim & Correia, 2015). Na versão portuguesa, as subescalas deste instrumento apresentam também uma boa consistência interna, sendo que “Não Ser Capaz de Comunicar” apresenta $\alpha = 0.96$; “Perder Conexão” $\alpha = 0.90$; “Não Conseguir Ter Acesso às Informações” $\alpha = 0.88$; e o “Desistir da Convivência” apresenta $\alpha = 0.85$ (Loureiro & Galhardo, 2018).

Partner Phubbing Scale

A *PPhubbing* (Anexo E) avalia a distração específica provocada pelo telemóvel na relação com o parceiro amoroso (Água et al., 2019; Roberts & David, 2016). Esta é uma escala muito breve composta por nove itens que são respondidos através de uma escala de *likert* de 5 pontos, variando entre 1 que corresponde a “Nunca” e 5 que corresponde a “Sempre”. É uma escala unidimensional e de autorresposta. Na validação original, foram obtidos bons valores de consistência interna $\alpha = 0.93$, pelo que podemos afirmar que esta escala é um instrumento fiável e mede de forma consistente o *Phubbing* na relação amorosa. Na versão portuguesa, este instrumento revelou ter um elevado valor de consistência interna $\alpha = 0.92$. As pontuações são interpretadas segundo a soma das respostas a cada item, variando entre 9 e 45 pontos, sendo que pontuações mais altas correspondem a um maior nível de perceção de ser ignorado pelo parceiro íntimo através da utilização do telemóvel.

Apresentação dos resultados

Relativamente à apresentação dos resultados, optou-se por estruturar a mesma em torno dos objetivos previamente definidos, respondendo às hipóteses.

Primeiro objetivo e primeira hipótese: (1) Adaptar e validar a *GSBP* para a população portuguesa; (H1) Prevê-se encontrar um modelo que apresente um bom ajustamento da *GSBP* à população portuguesa;

Análise descritiva dos itens da *Generic Scale of Being Phubbed*

Na Tabela 1, encontramos a estatística descritiva dos itens da *GSBP*. Podemos verificar, pelos valores de assimetria e curtose, que os itens têm uma distribuição normal ($Krt < 10$ e $Skw < 3$) (Kline, 2011). O item 3 (As outras pessoas pousam os telemóveis num sítio que consigam ver) apresenta a média mais elevada e o item 19 (Tenho conflitos com as outras pessoas por elas estarem a utilizar os seus telemóveis) a mais baixa. A modalidade de resposta “frequentemente”, no item 1 (As outras pessoas parecem utilizar os telemóveis para verificarem as mensagens e as redes sociais), apresenta a frequência mais elevada e a modalidade de resposta “nunca”, também no item 3, apresenta a frequência mais baixa.

Análise fatorial exploratória da *Generic Scale of Being Phubbed*

Para explorar a estrutura fatorial da *GSBP* na amostra portuguesa recolhida, todos os 22 itens do instrumento foram submetidos a uma análise fatorial exploratória com rotação *Varimax*. Verificou-se que a medida de Kaiser-Meyer-Olkin encontrada na adequação da amostra a esta análise foi de 0.95. O teste de esfericidade de Bartlett $\chi^2 (231) = 7795.09, p < 0.001$ indicou que a estrutura correlacional é adequada para a análise fatorial. O fator de análise de *maximum likelihood* com um ponto de corte de 0.40 e o critério de *Kaiser* de *eigenvalues* maiores do que 1 sugere uma solução de três fatores como o que melhor se ajusta aos dados, explicando 77.42% da variância. Os resultados desta análise fatorial estão apresentados na Tabela 2.

Análise fatorial confirmatória da *Generic Scale of Being Phubbed*

Depois de termos obtido uma estrutura tripartida da *GSBP*, resolvemos confirmar os dados através de uma análise fatorial confirmatória aplicada à amostra destinada à mesma. Assim, desenhamos a estrutura do instrumento na Figura 1. Contudo, o modelo encontrado não revela um bom ajustamento.

Em seguida, fomos avaliar os *modification indices* (índices de modificação) e verificamos que estes sugeriam diversas correlações entre erros (Figura 2). Estas indicações foram seguidas na medida em que estas correlações ocorriam entre itens dos mesmos fatores. Analisamos os *factor loadings* e verificamos que nenhum deles estava abaixo de 0.40. Este modelo revela um bom ajustamento.

Análise do total e das subescalas da *Generic Scale of Being Phubbed*

Na Tabela 3, está plasmada a estatística descritiva da versão portuguesa da *GSBP* e a sua confiabilidade. Verificamos que o valor do alfa de *Cronbach* do nosso estudo é superior ao da versão original, sendo que na versão original o instrumento era composto também por 22 itens e 3 fatores (Normas Percebidas; Sentir-se Ignorado; Conflito Interpessoal.)

Tabela 1
Estatística descritiva dos itens da Generic Scale of Being Phubbed

Item	Modalidades de Resposta									
	1 Nunca	2 Quase nunca	3 Raramente	4 Às vezes	5 Frequentemente	6 Quase sempre	7 Sempre	K_{RT}	S_{KW}	DP
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)			
1. As outras pessoas parecem utilizar os telemóveis para verificarem as mensagens e as redes sociais.	13 (9%)	12 (3.8%)	18 (5.6%)	64 (20%)	108 (33.8%)	84 (26.3%)	31 (9.7%)	0.43	-0.62	1.25
2. As outras pessoas parecem utilizar os telemóveis para navegar online	4 (1.3%)	22 (6.9%)	31 (9.7%)	77 (24.1%)	97 (30.3%)	62 (19.4%)	27 (8.4%)	-0.22	-0.36	1.37
3. As outras pessoas parecem os telemóveis num sítio que consigam ver.	1 (3%)	9 (2.8%)	10 (3.1%)	40 (12.5%)	87 (27.2%)	96 (30%)	77 (24.1%)	0.52	-0.80	1.25
4. As outras pessoas parecem preocupadas com o facto de poderem perder algo importante se não verificarem os seus telemóveis.	15 (4.7%)	26 (8.1%)	34 (10.6%)	64 (20%)	76 (23.8%)	73 (22.8%)	32 (10%)	-0.49	-0.48	1.60
5. As outras pessoas parecem perder a noção do que se passa à sua volta por causa da utilização que fazem dos seus telemóveis.	9 (2.8%)	26 (8.1%)	26 (8.1%)	69 (21.6%)	98 (30.6%)	68 (21.3%)	24 (7.5%)	-0.14	-0.55	1.45
6. As outras pessoas parecem ter dificuldade em desligar os seus telemóveis.	8 (2.5%)	19 (5.9%)	16 (5%)	56 (17.5%)	79 (24.7%)	91 (28.4%)	51 (15.9%)	0.14	-0.77	1.49

7. As outras pessoas parecem não suportar estar sem os seus telemóveis.	1	7	4.99	1.58	-0.68	-0.27	8 (2.5%)	24 (7.5%)	24 (7.5%)	48 (15%)	74 (23.1%)	87 (27.2%)	55 (17.2%)
8. As outras pessoas parecem estar “num mundo próprio” enquanto utilizam os seus telemóveis.	1	7	4.98	1.46	-0.68	0.06	7 (2.2%)	18 (5.6%)	21 (6.6%)	58 (18.1%)	86 (26.9%)	86 (26.9%)	44 (13.8%)
9. As outras pessoas parecem ficar ansiosas se não tiverem os seus telemóveis por perto.	1	7	4.65	1.62	-0.53	-0.50	15 (4.7%)	25 (7.8%)	37 (11.6%)	50 (15.6%)	83 (25.9%)	74 (23.1%)	36 (11.3%)
10. As outras pessoas prestam mais atenção ao telemóvel do que a mim próprio/a.	1	7	3.82	1.45	-0.20	-0.57	23 (7.2%)	45 (14.1%)	48 (15%)	96 (30%)	72 (22.5%)	30 (9.4%)	6 (1.9%)
11. As outras pessoas preferem prestar atenção aos seus telemóveis do que falar comigo.	1	7	3.52	1.43	0.01	-0.57	31 (9.7%)	51 (15.9%)	68 (21.3%)	89 (27.8%)	57 (17.8%)	19 (5.9%)	5 (1.6%)
12. As outras pessoas parecem ficar menos aborrecidas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim próprio/a.	1	7	3.38	1.46	0.19	-0.52	34 (10.6%)	65 (20.3%)	65 (20.3%)	85 (26.6%)	49 (15.3%)	15 (4.7%)	7 (2.2%)
13. As outras pessoas parecem ficar satisfeitas quando prestam mais atenção aos seus telemóveis do que a mim próprio/a.	1	7	3.31	1.46	0.30	-0.44	35 (10.9%)	69 (21.6%)	72 (22.5%)	79 (24.7%)	42 (13.1%)	16 (5%)	7 (2.2%)
14. As outras pessoas prestam mais atenção aos seus telemóveis em vez de se concentrarem em mim próprio/a.	1	7	3.40	1.42	0.26	-0.47	26 (8.1%)	71 (22.2%)	72 (22.5%)	78 (24.4%)	52 (16.3%)	14 (4.4%)	7 (2.2%)

15.	As outras pessoas parecem sentir-se menos stressadas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim próprio/a.	1	7	3.37	1.49	0.21	-0.52	38 (11.9%)	63 (19.7%)	64 (20%)	85 (26.6%)	47 (14.7%)	15 (4.7%)	8 (2.5%)
16.	As outras pessoas parecem sentir-se bem quando deixam de se concentrar em mim para prestarem atenção aos seus telemóveis.	1	7	3.15	1.47	0.37	-0.37	48 (15%)	64 (20%)	82 (25.6%)	70 (21.9%)	35 (10.9%)	15 (4.7%)	6 (1.9%)
17.	As outras pessoas desviam a sua atenção de mim para os seus telemóveis.	1	7	3.49	1.45	0.34	-0.39	20 (6.3%)	73 (22.8%)	68 (21.3%)	85 (26.6%)	46 (14.4%)	18 (5.6%)	10 (3.1%)
18.	Digo às outras pessoas que elas passam demasiado tempo com o telemóvel.	1	7	3.77	1.81	0.06	-1.00	43 (13.4%)	51 (15.9%)	48 (15%)	55 (17.2%)	67 (20.9%)	30 (9.4%)	26 (8.1%)
19.	Tenho conflitos com as outras pessoas por elas estarem a utilizar os seus telemóveis.	1	7	2.92	1.76	0.66	-0.59	89 (27.8%)	70 (21.9%)	52 (16.3%)	41 (12.8%)	37 (11.6%)	18 (5.6%)	13 (4.1%)
20.	Dou por mim a pensar “já chega” quando as outras pessoas estão a utilizar os seus telemóveis.	1	7	3.43	1.76	0.36	-0.91	47 (14.7%)	72 (22.5%)	58 (18.1%)	48 (15%)	47 (14.7%)	30 (9.4%)	18 (5.6%)
21.	As outras pessoas utilizam os seus telemóveis mesmo sabendo que isso me irrita.	1	7	2.98	1.64	0.59	-0.50	71 (22.2%)	73 (22.8%)	67 (20.9%)	46 (14.4%)	35 (10.9%)	19 (5.9%)	9 (2.8%)
22.	As outras pessoas parecem ficar irritadas se eu lhes pedir para pousarem os seus telemóveis e falarem comigo.	1	7	2.98	1.65	0.62	-0.44	71 (22.2%)	74 (23.1%)	66 (20.6%)	46 (14.4%)	35 (10.9%)	17 (5.3%)	11 (3.4%)

Tabela 2

Descrição dos resultados da análise fatorial exploratória da Generic Scale of Being Phubbed

Itens	Fatores			
	h^2	1. Sentir-se ignorado	2. Normas percebidas	3. Conflito interpessoal
1. As outras pessoas parecem utilizar os telemóveis para verificarem as mensagens e as redes sociais.	0.64	0.23	0.76	0.10
2. As outras pessoas parecem a utilizar os telemóveis para navegar online.	0.65	0.26	0.75	0.12
3. As outras pessoas colocam os seus telemóveis num sítio que consigam ver.	0.56	0.01	0.73	0.15
4. As outras pessoas parecem preocupadas com o facto de poderem perder algo importante se não verificarem os seus telemóveis.	0.76	0.34	0.76	0.25
5. As outras pessoas parecem perder a noção do que se passa à sua volta por causa da utilização que fazem do telemóvel.	0.78	0.37	0.77	0.22
6. As outras pessoas parecem ter dificuldade em desligar o telemóvel.	0.75	0.30	0.79	0.17
7. As outras pessoas parecem não conseguir deixar os seus telemóveis para trás.	0.77	0.33	0.79	0.20
8. As outras pessoas parecem estar “num mundo próprio” enquanto utilizam os seus telemóveis.	0.78	0.29	0.81	0.20
9. As outras pessoas parecem ficar ansiosas se os seus telemóveis não estiverem por perto.	0.74	0.38	0.74	0.20
10. As outras pessoas prestam mais atenção ao telemóvel do que a mim próprio/a.	0.83	0.73	0.47	0.26
11. As outras pessoas preferem prestar atenção aos seus telemóveis do que falar comigo.	0.85	0.81	0.35	0.26

12. As outras pessoas parecem ficar menos aborrecidas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	0.86	0.84	0.33	0.22
13. As outras pessoas parecem ficar satisfeitas quando prestam mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	0.89	0.86	0.30	0.23
14. As outras pessoas prestam mais atenção aos seus telemóveis em vez de se concentrarem em mim.	0.89	0.86	0.27	0.28
15. As outras pessoas parecem sentir-se menos stressadas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	0.86	0.85	.027.	0.25
16. As outras pessoas parecem sentir-se bem quando deixam de se concentrar em mim para prestarem atenção aos seus telemóveis.	0.82	0.83	0.24	0.29
17. As outras pessoas desviam a sua atenção de mim para os seus telemóveis.	0.76	0.77	0.27	0.31
18. Digo às outras pessoas que elas passam demasiado tempo com o telemóvel.	0.75	0.13	0.30	0.80
19. Tenho conflitos com os outros por eles estarem a utilizar os seus telemóveis.	0.77	0.26	0.14	0.83
20. Dou por mim a pensar “já chega” quando as outras pessoas estão a utilizar o telemóvel.	0.80	0.24	0.22	0.83
21. As outras pessoas utilizam os seus telemóveis mesmo sabendo que isso me irrita.	0.79	0.37	0.19	0.79
22. As outras pessoas parecem ficar irritadas quando eu lhes peço para pousarem os seus telemóveis e falarem comigo.	0.75	0.39	0.17	0.75

Nota: h^2 = Comunalidades;

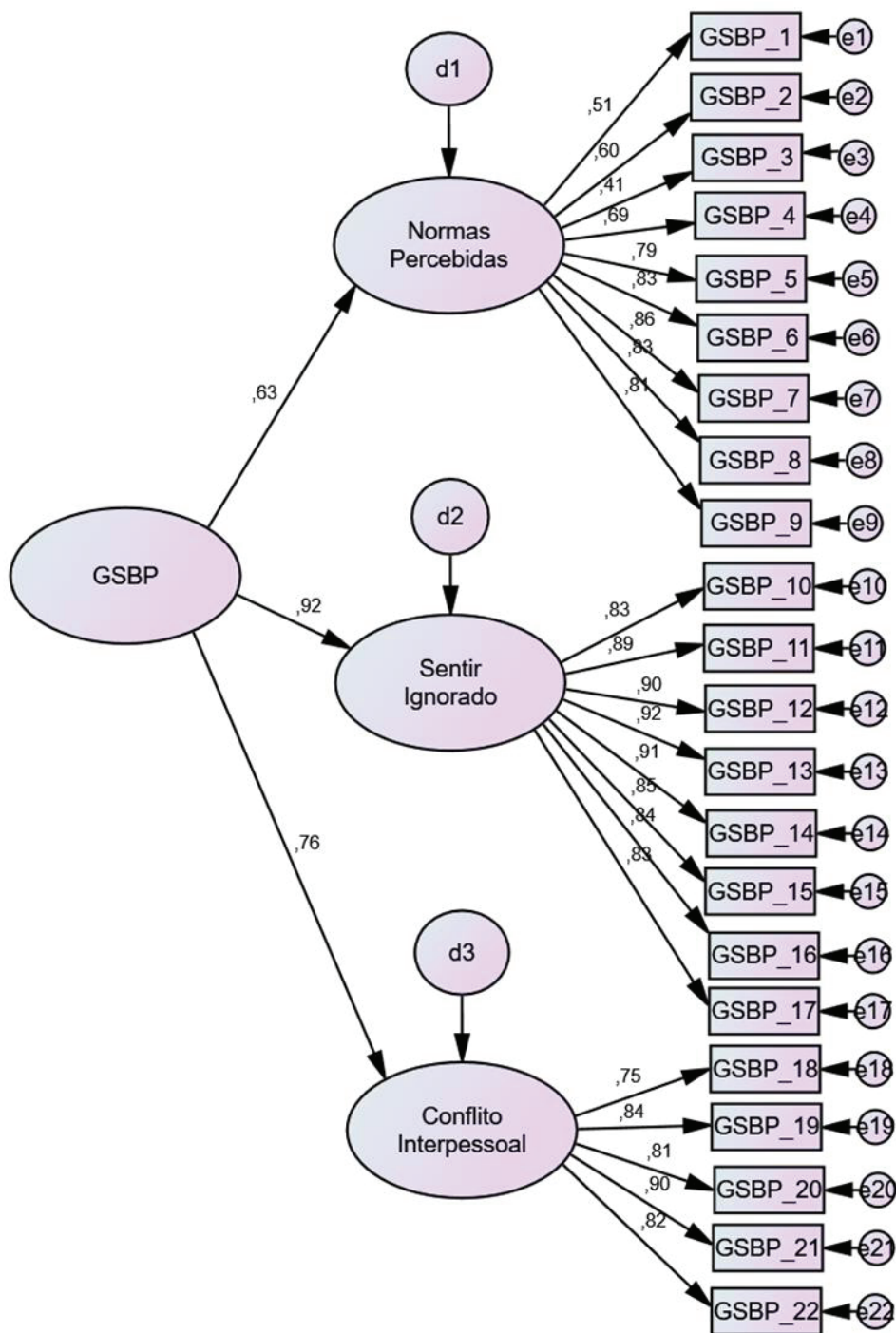


Figura 1

Análise fatorial confirmatória da Generic Scale of Being Phubbed (I)

Modelo de ajustamento: $\chi^2 = 935.46$; $df = 206$; $p < .001$; $\chi^2/df = 4.54$; CFI = 0.88; TLI = 0.87; RMSEA = 0.11; PCLOSE = 0.000.

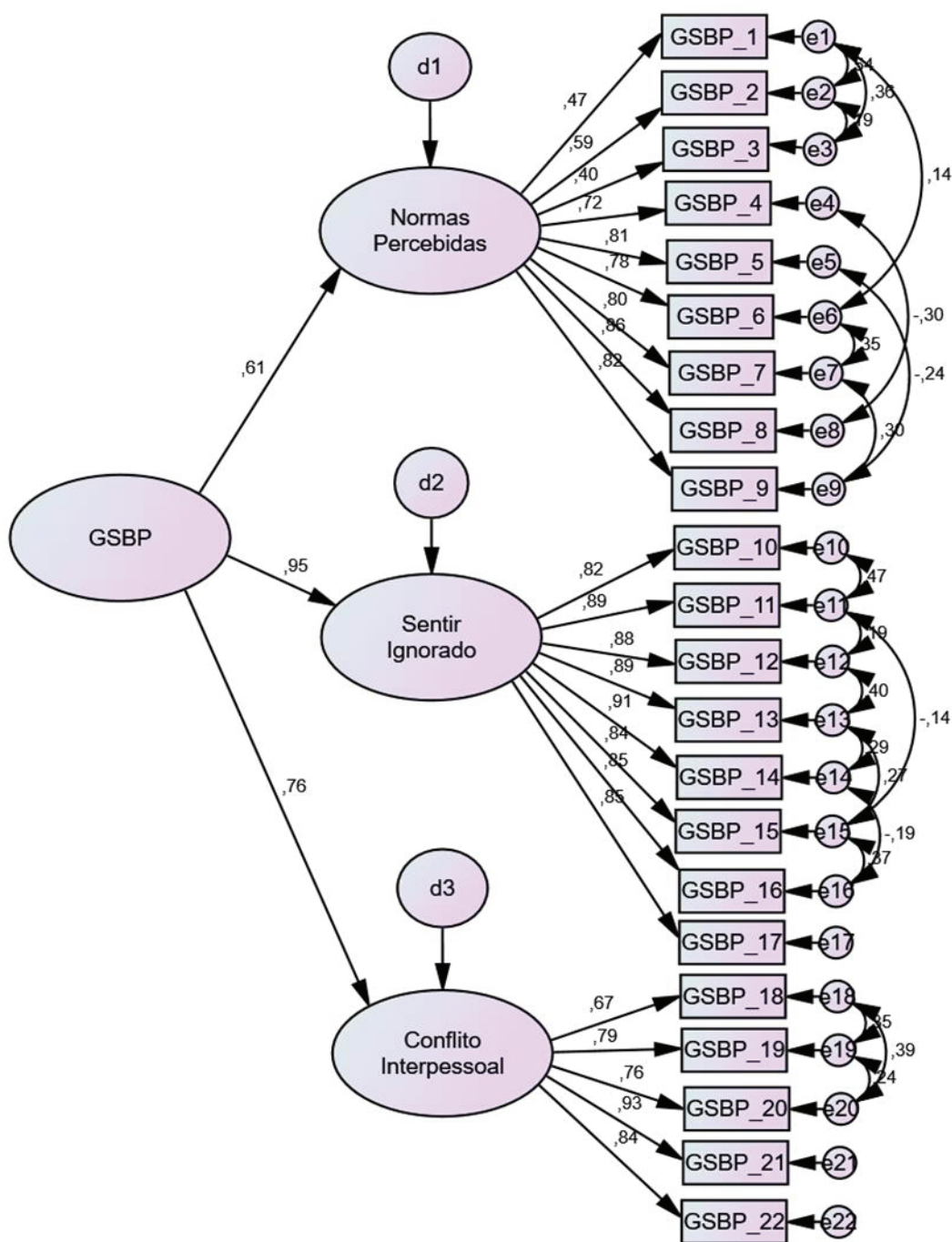


Figura 2

Análise fatorial confirmatória da Generic Scale of Being Phubbed (II)

Modelo de ajustamento: $\chi^2 = 383.81$; $df = 187$; $p < 0.001$; $\chi^2/df = 2.05$; CFI = 0.97; TLI = 0.96; RMSEA = 0.06; PCLOSE = 0.07.

Tabela 3

Estatística descritiva da Generic Scale of Being Phubbed e confiabilidade (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018)

Instrumento e subescalas	<i>N</i>	<i>M</i> ± <i>DP</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	α^*	α^{**}
<i>Generic Scale of Being Phubbed</i>	320	3.98 ± 1.15	1.00	7.00	0.96	0.96
Normas percebidas	320	4.90 ± 1.22	1.00	7.00	0.92	0.95
Sentir-se ignorado	320	3.43 ± 1.33	1.00	7.00	0.94	0.97
Conflito interpessoal	320	3.21 ± 1.50	1.00	7.00	0.90	0.92

Nota: *N* = frequências; *M* = média; *DP* = desvio padrão; *Min* = mínimo; *Max* = máximo; α = alfa de *Cronbach*; * = valores referentes ao estudo de validação do instrumento (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018); ** = valores referentes ao nosso estudo de adaptação para a população portuguesa

Segundo objetivo e segunda hipótese: (2) Estabelecer a validade convergente com outras escalas (*PPhubbing* e *NMP-Q*); (H2) Prevê-se que exista validade convergente entre a *GSBP* e suas dimensões e a *PPhubbing* e o *NMP-Q* e as suas dimensões.

Análise descritiva do *Nomophobia Questionnaire*

Relativamente à Tabela 4, encontramos nela a estatística descritiva dos itens do *NMP-Q* (Loureiro & Galhardo, 2018). Podemos verificar, pelos valores de assimetria e curtose, que os itens deste instrumento têm uma distribuição normal ($Krt < 10$ e $Skw < 3$; Kline, 2011). O item 11 (Ficaria preocupado porque a minha família e/ou amigos não me poderiam contactar) apresenta a média mais elevada e o item 6 (Se ficasse sem saldo no meu *smartphone* ou atingisse o limite dos dados móveis mensais, entraria em pânico) a mais baixa. A modalidade de resposta “discordo completamente”, no item 16 (Ficaria nervoso porque estaria desligado da minha identidade *online*), apresenta a frequência mais elevada e a modalidade de resposta “concordo completamente”, nos itens 16 e 18 (Sentir-me-ia incomodado por não poder ver as minhas notificações para atualizações dos meus contatos e redes sociais), apresenta a frequência mais baixa.

Na Tabela 5, está plasmada a estatística descritiva do total e subescalas do *NMP-Q* (Loureiro & Galhardo, 2018) e a sua confiabilidade. Verificamos que o valor do alfa de *Cronbach* total no nosso estudo é superior ao da versão original e ao da versão portuguesa.

Análise fatorial confirmatória do *Nomophobia Questionnaire*

Na Figura 3, podemos consultar a análise fatorial confirmatória do *NMP-Q*, que teve como objetivo avaliar o ajustamento deste instrumento a esta população, sendo que se encontrou um modelo aceitável de ajustamento, tendo sido estabelecidas várias correlações entre erros de itens das mesmas subescalas.

Tabela 4
Estatística descritiva dos itens do Nomophobia Questionnaire (Loureiro & Galhardo, 2018)

Item	Min	Max	M	DP	S _{KW}	K _{RT}	Modalidades de Resposta						
							1 Discordo Completamente	2	3	4	5	6	7 Concordo Completamente
1.	1	7	3.83	1.78	0.11	-0.97	71 (11.1%)	99 (15.4%)	120 (18.7%)	116 (18.1%)	105 (16.4%)	76 (11.9%)	54 (8.4%)
2.	1	7	3.96	1.78	0.08	-0.99	56 (8.7%)	103 (16.1%)	111 (17.3%)	120 (18.7%)	108 (16.8%)	80 (12.5%)	63 (9.8%)
3.	1	7	3.35	1.82	0.39	-0.93	118 (18.4%)	142 (22.2%)	97 (15.1%)	99 (15.4%)	91 (14.2%)	53 (8.3%)	41 (6.4%)
4.	1	7	3.89	1.78	0.10	-1.03	59 (9.2%)	110 (17.2%)	116 (18.1%)	111 (17.3%)	102 (15.9%)	88 (13.7%)	55 (8.6%)
5.	1	7	3.12	1.91	0.54	-0.90	175 (27.3%)	127 (19.8%)	88 (13.7%)	84 (13.1%)	74 (11.5%)	51 (8.0%)	42 (6.6%)
6.	1	7	2.30	1.62	1.22	0.59	294 (45.9%)	134 (20.9%)	71 (11.1%)	66 (10.3%)	36 (5.6%)	23 (3.6%)	17 (2.7%)
7.	1	7	2.71	1.71	0.87	-0.20	202 (31.5%)	154 (24.0%)	107 (16.7%)	64 (10.0%)	59 (9.2%)	32 (5.0%)	23 (3.6%)
8.	1	7	3.42	1.85	0.36	-0.98	115 (17.9%)	134 (20.9%)	101 (15.8%)	97 (15.1%)	90 (14.0%)	57 (8.9%)	47 (7.3%)
9.	1	7	3.56	1.86	0.27	-1.03	104 (16.2%)	122 (19.0%)	104 (16.2%)	101 (15.8%)	93 (14.5%)	66 (10.3%)	51 (8.0%)
10.	1	7	4.05	1.96	0.05	-1.22	70 (10.9%)	107 (16.7%)	100 (15.6%)	87 (13.6%)	101 (15.8%)	76 (11.9%)	100 (15.6%)
11.	1	7	4.46	1.91	-0.17	-1.19	40 (6.2%)	86 (13.4%)	95 (14.8%)	99 (15.4%)	89 (13.9%)	102 (15.9%)	130 (20.3%)

12.	1	7	3.92	1.87	0.11	-1.14	65 (10.1%)	117 (18.3%)	105 (16.4%)	101 (15.8%)	95 (14.8%)	87 (13.6%)	71 (11.1%)
13.	1	7	4.15	1.94	0.02	-1.27	52 (8.1%)	116 (18.1%)	104 (16.2%)	82 (12.8%)	91 (14.2%)	94 (14.7%)	102 (15.9%)
14.	1	7	3.88	1.91	0.13	-1.20	71 (11.1%)	125 (19.5%)	105 (16.4%)	80 (12.5%)	101 (15.8%)	86 (13.4%)	73 (11.4%)
15.	1	7	3.73	1.96	0.19	-1.17	99 (15.4%)	117 (18.3%)	93 (14.5%)	97 (15.1%)	90 (14.0%)	71 (11.1%)	74 (11.5%)
16.	1	7	2.32	1.60	1.09	0.21	295 (46.0%)	117 (18.3%)	83 (12.9%)	66 (10.3%)	45 (7.0%)	24 (3.7%)	11 (1.7%)
17.	1	7	2.37	1.60	1.04	0.14	277 (43.2%)	131 (20.4%)	81 (12.6%)	66 (10.3%)	55 (8.6%)	18 (2.8%)	13 (2.0%)
18.	1	7	2.34	1.60	1.10	0.24	278 (43.4%)	140 (21.8%)	80 (12.5%)	57 (8.9%)	51 (8.0%)	24 (3.7%)	11 (1.7%)
19.	1	7	2.89	1.79	0.76	-0.42	185 (28.9%)	139 (21.7%)	109 (17.0%)	85 (13.3%)	50 (7.8%)	40 (6.2%)	33 (5.1%)
20.	1	7	2.53	1.71	0.94	-0.13	259 (40.4%)	126 (19.7%)	80 (12.5%)	76 (11.9%)	54 (8.4%)	26 (4.1%)	20 (3.1%)

Nota: N = frequências; $Mín$ = Mínimo; $Máx$ = Máximo; M = Média; DP = Desvio Padrão

Tabela 5

Estatística descritiva do Nomophobia Questionnaire e confiabilidade (Loureiro & Galhardo, 2018)

Instrumento e subescalas	<i>N</i>	<i>M</i> ± <i>DP</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	α	α^*	α^{**}
<i>Nomophobia Questionnaire</i>	641	3.33 ± 1.33	1.00	7.00	0.95	0.94	0.96
Não poder comunicar	641	4.03 ± 1.74	1.00	7.00	0.95	0.93	0.96
Perder a conexão	641	2.49 ± 1.43	1.00	7.00	0.91	0.87	0.90
Não poder aceder a informação	641	3.75 ± 1.58	1.00	7.00	0.91	0.82	0.88
Desistir da convivência	641	3.02 ± 1.43	1.00	7.00	0.85	0.81	0.85

Nota: *N* = frequências; *M* = média; *DP* = desvio padrão; *Min* = mínimo; *Max* = máximo; α = alfa de *Cronbach*; * = valores referentes ao estudo de validação do instrumento (Yildirim & Correia, 2015); ** = valores referentes ao estudo de adaptação para a população portuguesa (Loureiro & Galhardo, 2018).

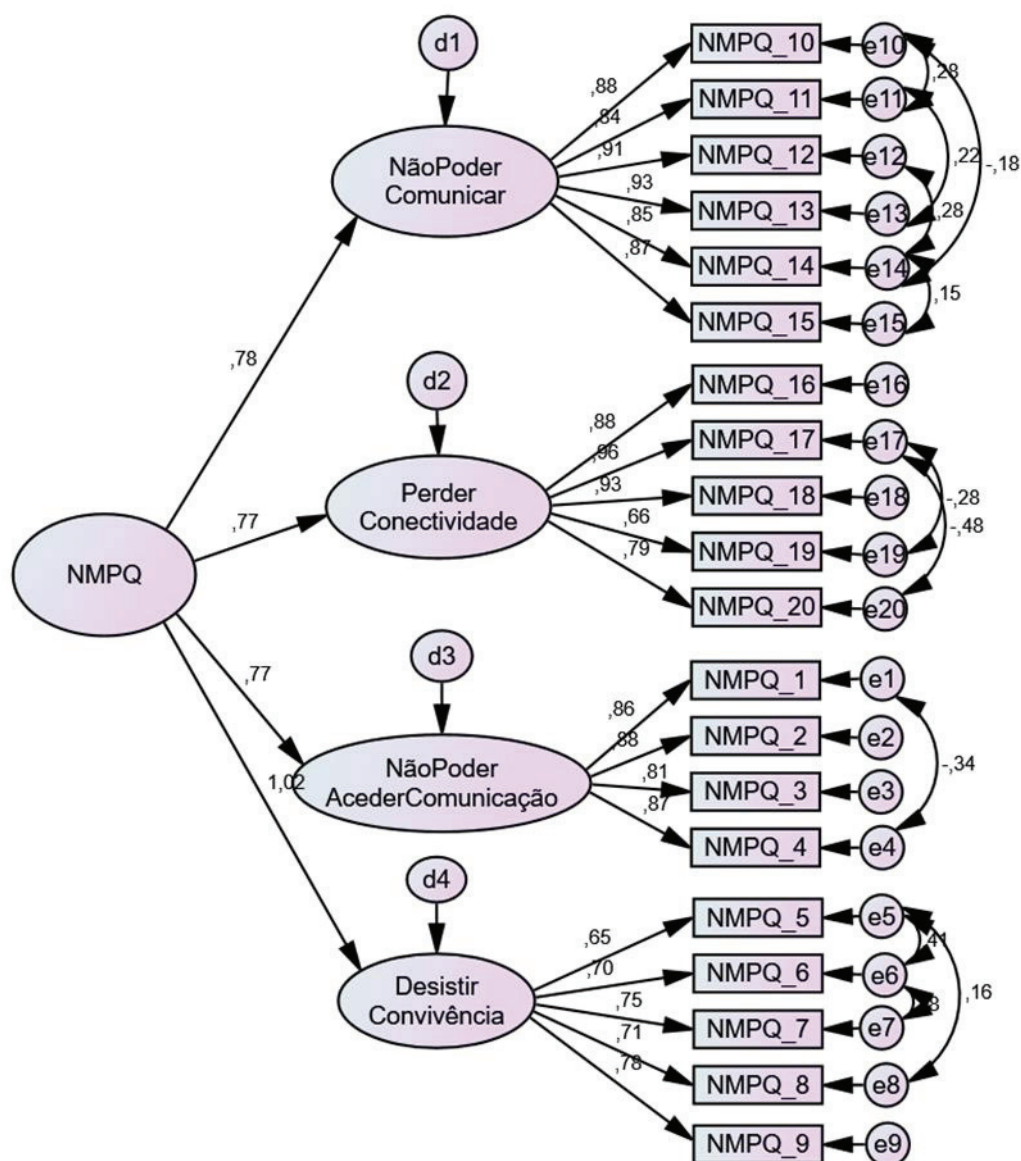


Figura 3

Análise fatorial confirmatória do Nomophobia Questionnaire

Modelo de ajustamento: $\chi^2 = 636.64$; $df = 155$; $\chi^2/df = 4.11$; CFI = 0.959; TLI = 0.950; RMSEA = 0.070; PCLOSE = 0.000

Análise descritiva da *Partner Phubbing Scale*

Na Tabela 6, encontramos a estatística descritiva dos itens da *PPhubbing* (Água et al., 2019). Podemos verificar, pelos valores de assimetria e curtose, que os itens têm uma distribuição normal ($Krt < 10$ e $Skw < 3$; Kline, 2011). O item 2 (O meu/minha parceiro/a põe o seu telemóvel onde o possa ver quando estamos juntos) apresenta a média mais elevada e o item 1 (Durante uma refeição do dia-a-dia que tenho com o meu/minha parceiro/a, ele/ela tira o telemóvel e verifica-o muitas vezes) a mais baixa. A modalidade de resposta “nunca”, no item 1, apresenta a frequência mais elevada e a modalidade de resposta “sempre”, no item 3 (O meu/minha parceiro/a mantém o seu telemóvel na mão quando está comigo), apresenta a frequência mais baixa.

Na Tabela 7, está plasmada a estatística descritiva do total da *PPhubbing* (Água et al., 2019) e a sua confiabilidade. Verificamos que o valor do alfa de *Cronbach* total do nosso estudo é ligeiramente inferior ao da versão original e ao da versão portuguesa, ainda assim, este valor é considerado muito bom.

Análise fatorial confirmatória da *Partner Phubbing Scale*

Na Figura 4, podemos consultar a análise fatorial confirmatória da *PPhubbing*, que teve como objetivo avaliar o ajustamento deste instrumento a esta população, sendo que se encontrou um bom modelo de ajustamento, apesar de terem sido estabelecidas algumas correlações entre erros de itens cujos conteúdos eram muito aproximados.

Tabela 6

Estatística descritiva dos itens da Partner Phubbing Scale (Água et al., 2019)

Item	Min	Max	M	DP	S _{KW}	K _{RT}	Modalidades de Resposta				
							1 Nunca	2 Raramente	3 As vezes	4 Quase sempre	5 Sempre
							n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
1. Durante uma refeição do dia-a-dia que tenho com o meu/minha parceiro/a, ele/ela tira o telemóvel e verifica-o muitas vezes.	1	5	2.04	1.02	0.80	0.10	237 (37%)	211 (32.9%)	141 (22%)	37 (5.8%)	15 (2.3%)
2. O meu/minha parceiro/a põe o seu telemóvel onde o possa ver quando estamos juntos.	1	5	2.69	1.24	0.18	-0.96	139 (21.7%)	148 (23.1%)	178 (27.8%)	122 (19%)	54 (8.4%)
3. O meu/minha parceiro/a mantém o seu telemóvel na mão quando está comigo.	1	5	2.10	0.98	0.59	-0.20	207 (32.3%)	220 (34.3%)	166 (25.9%)	38 (5.9%)	10 (1.6%)
4. Quando o meu/minha parceiro/a recebe uma chamada ou mensagem vê logo o telemóvel mesmo se estivermos a meio de uma conversa.	1	5	2.43	1.13	0.54	-0.38	150 (23.4%)	211 (32.9%)	175 (27.3%)	66 (10.3%)	39 (6.1%)
5. O meu parceiro/a olha para o seu telemóvel mesmo quando está a falar comigo.	1	5	2.14	1.01	0.66	-0.07	198 (30.9%)	230 (35.9%)	154 (24%)	45 (7%)	14 (2.2%)
6. Durante o tempo de lazer que eu tenho com o meu/minha	1	5	2.22	1.01	0.55	-0.20	174 (27.1%)	230 (35.9%)	171 (26.7%)	51 (8%)	15 (2.3%)

Tabela 7*Estatística descritiva da Partner Phubbing Scale e confiabilidade (Água et al., 2019)*

Instrumento	<i>N</i>	<i>M</i> ± <i>DP</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	α	α^*	α^{**}
<i>Partner Phubbing Scale</i>	641	2.34 ± .83	1.00	5.00	0.91	0.93	0.86

Nota: *N* = frequências; *M* = média; *DP* = desvio padrão; *Min* = mínimo; *Max* = máximo; α = alfa de *Cronbach*; * = valores referentes ao estudo de validação do instrumento (Roberts & David, 2016); ** = valores referentes ao estudo de adaptação para a população portuguesa (Água et al, 2019).

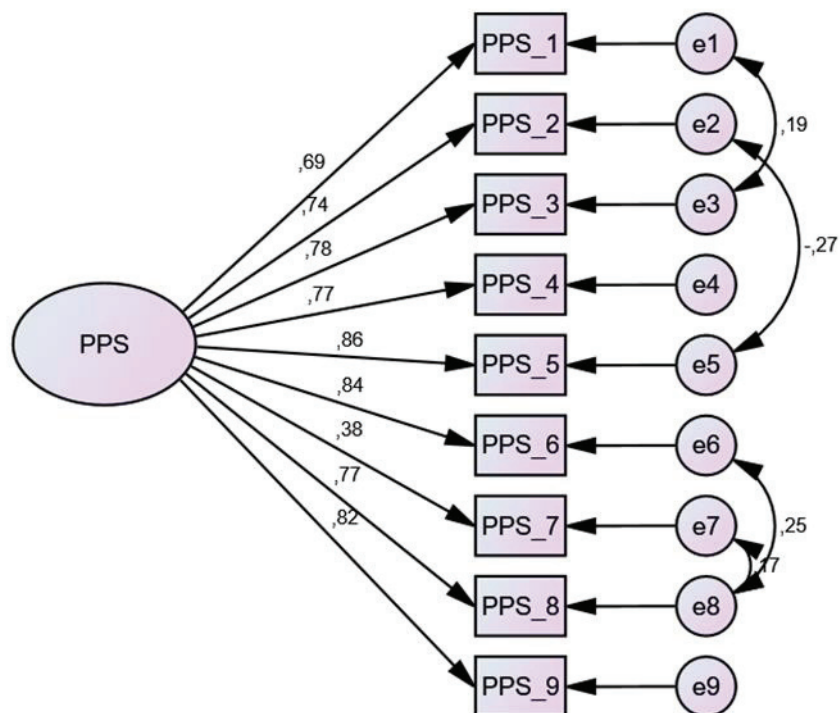


Figura 4

Análise fatorial confirmatória da Partner Phubbing Scale

Modelo de ajustamento: $\chi^2 = 72.43$; $df = 23$; $\chi^2/df = 3.15$; CFI = 0.986; TLI = 0.978; RMSEA = 0.058; PCLOSE = 0.17

Validade Convergente entre a *Generic Scale of Being Phubbed* e a *Partner Phubbing Scale* e o *Nomophobia Questionnaire*

Para dar resposta à hipótese 2, a validade convergente dos construtos avaliados pela *GSBP* foi inspecionada através da correlação do total da escala e as suas subescalas com as outras que entraram neste estudo (*PPhubbing* e *NMP-Q*). Para examinar esta validade convergente foram calculados os coeficientes de correlação de *Pearson* entre as escalas referidas. Verifica-se que todos os coeficientes encontrados foram significativos ($p < 0.001$), tal como se pode verificar pela Tabela 8, ou seja, confirma-se a validade convergente da *GSBP* com todos os instrumentos utilizados no estudo.

Tabela 8
Correlações entre a Generic Scale of Being Phubbed e subescalas, o Nomophobia Questionnaire e subescalas e a Partner Phubbing Scale

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 <i>Generic Scale of Being Phubbed</i> Total	-									
2 <i>GSBP</i> – Sentir-se ignorado	0.90**	-								
3 <i>GSBP</i> – Normas percebidas	0.85**	0.62**	-							
4 <i>GSBP</i> – Conflito interpessoal	0.79**	0.64**	0.48**	-						
5 <i>Nomophobia Questionnaire</i> total	0.31**	0.25**	0.33**	0.19**	-					
6 <i>NMP-Q</i> – Não poder comunicar	0.22**	0.13**	0.29**	0.11**	0.88**	-				
7 <i>NMP-Q</i> – Perder conectividade	0.35**	0.35**	0.28**	0.26**	0.83**	0.56**	-			
8 <i>NMP-Q</i> – Não poder aceder a informações	0.26**	0.19**	0.31**	0.15**	0.82**	0.62**	0.59**	-		
9 <i>NMP-Q</i> – Desistir da convivência	0.26**	0.23**	0.25**	0.17**	0.90**	0.69**	0.73**	0.67**	-	
10 <i>PPhubbing</i> total	0.24**	0.17**	0.22**	0.22**	0.24**	0.22**	0.20**	0.23**	0.18**	-

** p < 0.001

Estabilidade temporal do construto *Phubbing*

Tendo em vista avaliar a estabilidade do construto em análise, procedeu-se à realização do teste-reteste para o total da *GSBP* e para as suas três subescalas (Sentir-se ignorado; Normas percebidas e Conflito interpessoal), com uma amostra de 28 participantes, a quem foi aplicado o questionário pela segunda vez um mês depois da primeira aplicação. Utilizou-se a correlação de *Pearson* para determinar esta estabilidade e verificou-se que os construtos avaliados no primeiro e segundo momentos se correlacionavam entre si acima de $r = 0.80$, o que é garantia de boa confiabilidade.

Terceiro objetivo e terceira e quarta hipóteses: (3) Estabelecer/ testar diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas e o *Phubbing*; e as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel e o *Phubbing*; (H3) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis sociodemográficas; (H4) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel (e.g.: anos e utilização por dia).

Associações e diferenças entre variáveis sociodemográficas e de utilização do telemóvel e o *Phubbing*

Procurando dar resposta à Hipótese 3 (Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis sociodemográficas), procedemos à comparação de médias do total da *GSBP* e das suas subescalas em relação às variáveis sociodemográficas. Para o género, utilizamos o Teste *t de Student* sendo que não encontramos diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres em relação aos construtos estudados. O mesmo procedimento foi levado a cabo para a variável estatuto relacional, tendo os resultados sido os mesmos, isto é, não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas entre pessoas que estão numa relação romântica e pessoas que não estão numa relação romântica em relação aos construtos estudados. Também não se verificaram diferenças estatisticamente significativas entre as pessoas cujo estatuto profissional era ativo em comparação com aquelas cujo estatuto profissional era inativo, tendo também sido utilizado o Teste *t de Student*. As pessoas que têm filhos ($M = 3.67 \pm 1.28$) apresentam diferenças estatisticamente significativas em relação às que não têm filhos ($M = 3.30 \pm 1.34$) no que diz respeito à subescala da *GSBP* “Sentir-se ignorado” [$t(639) = 2.62$; $p = 0.009$; $d = 0.15$], isto é, as pessoas que têm filhos sentem-se mais ignoradas do que as que não têm filhos. Procedeu-se à determinação do coeficiente de correlação de *Pearson* para avaliar a relação entre a idade e os anos de escolaridade e as

variáveis dependentes em estudo, não tendo sido encontrada qualquer correlação significativa. Maioritariamente, esta hipótese não se confirmou.

Com o intuito de responder à Hipótese 4 (Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel (anos de utilização e utilização por dia), procedemos à determinação do coeficiente de correlação de *Pearson* para associar o número de anos de utilização do telemóvel e o número de minutos de utilização do telemóvel por dia dos participantes da amostra com as variáveis dependentes em estudo. Em ambos os casos não foram encontradas correlações estatisticamente significativas. Esta hipótese também não se confirmou.

Discussão dos resultados

A partir do momento em que surgiram, no nosso quotidiano, os telemóveis têm desempenhado um papel importante nas nossas vidas, sendo o *Phubbing* um fenómeno comum com tendência crescente (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Roberts & David, 2016). Contextualizando, o *Phubbing* é a combinação entre duas palavras de origem inglesa: *phone* (telemóvel) e *snubbing* (desprezo) e representa o ato de desprezar/ignorar uma ou várias pessoas em contexto social, prestando atenção ao telemóvel ao invés de falar/ouvir a pessoa ou pessoas que nos fazem companhia (Haigh, 2012), causando uma série de consequências negativas (Abeele et al, 2019; Roberts & David, 2016; Wang et al., 2020). Torna-se, por isso, importante a existência de instrumentos que permitam avaliar esta dimensão para posterior intervenção psicológica.

Assim, o presente estudo tem como objetivos: (1) Adaptar e validar a *GSBP* para a população portuguesa; (2) Estabelecer a validade convergente com outras escalas (*PPhubbing* e *NMP-Q*); e (3) Estabelecer/ testar diferenças e/ou relações entre as variáveis sociodemográficas e o *Phubbing*; e as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel e o *Phubbing*. As principais hipóteses foram: (H1) Prevê-se encontrar um modelo que apresente um bom ajustamento à população portuguesa; (H2) Prevê-se que exista validade convergente entre a *GSBP* e a *PPhubbing* e o *NMP-Q*; (H3) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis sociodemográficas; (H4) Prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel.

No que diz respeito à primeira hipótese (prevê-se encontrar um modelo que apresente um bom ajustamento à população portuguesa), ela confirmou-se. De facto, depois de termos obtido uma estrutura tripartida da *GSBP* através da análise fatorial exploratória, resolvemos confirmar os dados através de uma análise fatorial confirmatória aplicada à amostra destinada à mesma, tendo sido encontrado um bom modelo de ajustamento. Verificamos que o valor do alfa de *Cronbach* total do nosso estudo é igual ao da versão original (Chotpitayasnoth & Douglas, 2018) e o valor do alfa de *Cronbach* das subescalas são superiores ao da versão original (Chotpitayasnoth & Douglas, 2018), sendo que na versão original, tal como no nosso estudo, o instrumento era composto também por 22 itens e três fatores (Normas Percebidas, Sentir-se Ignorado e Conflito Interpessoal).

Em relação ao *NMP-Q*, verifica-se que os itens deste instrumento têm uma distribuição normal. Quanto à consistência interna, verificou-se no estudo de Loureiro e

Galhardo (2018) que o valor do alfa de *Cronbach* encontrado para a versão portuguesa foi de 0.96; também encontraram os seguintes alfas de *Cronbach* para as subescalas deste instrumento: 0.96 para a subescala “Não Poder Comunicar”, 0.90 para a subescala “Perder Conetividade”, 0.88 para a subescala “Não Poder Aceder a Informação”, e 0.85 para a subescala “Desistir da Convivência”. O valor do alfa de *Cronbach* total no nosso estudo (0.95) é superior ao da versão original (0.94) (Yildirim & Correia, 2015) e ligeiramente inferior ao da versão portuguesa (Loureiro & Galhardo, 2018). Encontrou-se um modelo aceitável de ajustamento à amostra do nosso estudo, tendo sido estabelecidas várias correlações entre erros de itens nas mesmas subescalas (itens 5 e 6, 17 e 20 e 11 e 14), tendo-se reespecificado o modelo de ajustamento cujos valores dos pesos fatoriais variaram entre 0.53 e 0.96. No estudo de Loureiro e Galhardo (2018), os pesos fatoriais variaram entre 0.53 e 0.95 no modelo de ajustamento. O total deste questionário e as suas subescalas correlacionaram-se positiva e significativamente com o total da *GSBP* e suas subescalas.

No que concerne à *PPhubbing*, aplicada à nossa amostra, encontraram-se valores de assimetria e curtose dos itens com uma distribuição normal. Segundo Água e colaboradores (2019), este instrumento, na sua versão portuguesa, também refletia uma distribuição normal de todos os seus itens. Verificamos também que o valor do alfa de *Cronbach* total do nosso estudo é ligeiramente inferior ao da versão original (Roberts & David, 2016) e ao da versão portuguesa (Água et al., 2019); ainda assim, este valor (0.91) é considerado muito bom. Por fim, encontrou-se um bom modelo de ajustamento, apesar de terem sido estabelecidas algumas correlações entre erros de itens (itens 2 e 3) cujos conteúdos eram muito aproximados. O total deste questionário correlacionou-se positiva e significativamente com o total da *GSBP* e suas subescalas.

No que concerne à validade convergente entre as escalas (hipótese 2), verificou-se que todos os coeficientes encontrados foram significativos, ou seja, confirma-se a validade convergente da *GSBP* com todos os instrumentos utilizados no estudo. Isto significa que um valor elevado obtido nesta escala estaria relacionado com um valor elevado na *NMP-Q* e na *PPhubbing*. No estudo de validação do *NMP-Q* (Loureiro & Galhardo, 2018), a validade convergente foi estabelecida com a *Smartphone Addiction Scale – Short Version* (Kwon et al., 2013; Água et al., 2017) e com a Escala de Ansiedade, Depressão e *Stress* (Pais-Ribeiro, Honrado & Leal, 2004); no estudo de validação da *PPhubbing* (Água et al., 2019), os autores não realizaram a análise da validade convergente através deste método, portanto, esta hipótese também foi confirmada.

No que respeita à hipótese 3 (prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis sociodemográficas), esta não se confirmou, uma vez que em nenhum caso se encontraram diferenças estatisticamente significativas da *GSBP* em relação ao género, ao estatuto relacional e ao estatuto profissional. Porém, no que concerne às pessoas que têm filhos, estas apresentavam diferenças estatisticamente significativas em comparação com aquelas que não têm filhos no que diz respeito à subescala da *GSBP* “Sentir-se ignorado”; as pessoas com filhos apresentam valores mais elevados do que as pessoas sem filhos. Procedeu-se à determinação do coeficiente de correlação de *Pearson* para avaliar a relação entre a *GSBP* e a idade e os anos de escolaridade e as variáveis dependentes em estudo, não tendo sido encontrada qualquer correlação significativa.

Contrariamente ao resultado desta investigação, segundo Chotpitayasnoth e Douglas (2016), a perceção de se sentir ignorado (*Being Phubbed*) varia de acordo com o género, sendo que as mulheres apresentam níveis mais elevado na perceção de se sentir ignoradas do que os indivíduos do género masculino. Também, neste sentido, Kadylak (2020) defende que existe uma correlação entre o género e a perceção de se sentir ignorado através da utilização do telemóvel feita pela outra pessoa, ou seja, as mulheres tendem a percecionar um maior nível de sensação de serem ignoradas (*Being Phubbed*). No que concerne ao estatuto profissional, segundo Roberts e David (2016), existe uma maior perceção de se sentir ignorado (*Being Phubbed*) quando o sujeito se encontra ativo, uma vez que existe uma maior perceção de existir um comportamento de *Phubbing* por parte dos patrões, diminuindo assim também a produtividade e a satisfação no emprego. Por outro lado, verifica-se que os indivíduos tendem a adotar mais comportamentos de *Phubbing* em casa do que no trabalho, ou seja, denota-se uma maior perceção por parte das pessoas que têm filhos de que estes últimos estejam a ignorar os pais em casa (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019). Por fim, em relação à idade e aos anos de escolaridade, autores como Miller-Ott e Kelly (2017) defendem que a perceção de se sentir ignorado (*Being Phubbed*) pode variar com a idade, da mesma forma que, nos estudos de Kadylak e colaboradores (2018), participantes mais velhos relataram sentir-se mais ignorados (*Being Phubbed*) por elementos da própria família, o que tornava o processo de comunicação de fraca qualidade. De acordo com os estudos realizados por Kadylak (2020), a perceção por parte do sujeito de se sentir ignorado através da utilização do telemóvel feita pela outra pessoa (*Being Phubbed*) não se correlaciona significativamente com os anos de escolaridade/habilitações.

Em relação à hipótese 4 (prevê-se que o *Phubbing* varie de acordo com as variáveis relacionadas com a utilização do telemóvel), esta também não se verificou, uma vez que não foram encontradas correlações estatisticamente significativas entre as variáveis sociodemográficas relacionadas com a utilização do telemóvel e os construtos avaliados pela *GSBP*. Contrariamente a este resultado, sabe-se que a prática do *Phubbing* é real, porém, os sujeitos encontram-se tão focados no mundo virtual e tão adaptados a este novo comportamento padronizado, que nem têm a perceção de serem ignorados por outra pessoa através da utilização que esta faz do telemóvel (*Being Phubbed*) (Soares et al., 2020). Devido à utilização excessiva que tanto os *Phubbers* como os *Phubbees* fazem do telemóvel, sabe-se que quanto maior é o nível de comportamentos de *Phubbing*, menor é a qualidade das relações devido a uma maior perceção da outra pessoa de que está a ser ignorada (*Being Phubbed*) (Parus et al., 2021).

No decorrer desta investigação foram diversas as limitações encontradas, nomeadamente, no que concerne à participação presencial dos sujeitos, uma vez que foi difícil recolher estes dados num contexto pandémico. Outra das limitações prende-se com o facto da amostra ter sido recolhida através das redes sociais e, talvez por isso, ela seja maioritariamente composta por indivíduos do género feminino. Segundo Przepiorka e Blanchnio (2016), as mulheres têm uma tendência acrescida a serem utilizadoras das redes sociais e a desenvolver dependências às mesmas. Uma outra limitação diz respeito à utilização dos instrumentos de autorrelato cuja deseabilidade social e subjetividade é difícil de controlar.

Estudos futuros deveriam alargar a amostra e confirmar o modelo encontrado, bem como estudar este comportamento numa população clínica; além disso, seria importante explorar como é que a perceção de se sentir ignorado (*Being Phubbed*) interfere nas relações laborais.

Concluindo, foi adaptada a *GSBP* numa amostra de conveniência da população portuguesa, tendo sido encontrado um bom modelo de ajustamento. Este instrumento apresenta boas qualidades psicométricas, exibidas através dos valores de consistência interna e da validade convergente.

Referências bibliográficas

- Aagaard, J. (2020). Digital akrasia: A qualitative study of *Phubbing*. *AI & Society: Journal of Knowledge, Culture, and Communication*, 35(1), 237–244. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Abeele, M. M. P. V., Antheunis, M. L., & Schouten, A. P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, 62, 562–569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.005>
- Abeele, M. M. P. V., Hendrickson, A., Pollman, M. H., & Ling, R. (2019). *Phubbing* behavior in conversations and its relation to perceived conversation intimacy and distraction: An exploratory observation study. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.004>
- Água, J., Lourenço, M. G., Patrão, I., & Leal, I. (2019). Partner phubbing (pphubbing): validação portuguesa. *Psicologia, Saúde & Doenças*, 20(1), 234-241. <http://dx.doi.org/10.15309/19psd200120>
- Água, J., Patrão, I., & Leal, I. (2017). SAS-SV: Estudo da validação da escala de dependência do smartphone numa amostra da população portuguesa. *Atas do II congresso ibérico de psicologia clínica e da saúde*.
- Al-Saggaf Y, MacCulloch R (2019). Phubbing and Social Relationships: Results from an Australian Sample. *Journal of Relationships Research* 10, 1–10. <https://doi.org/10.1017/jrr.2019.9>
- Al-Saggaf, Y. (2013). Arabs motives for using new media: A uses and gratifications perspective. *Proceedings of the Fourth Asian Conference on Media & Mass Communication (MediAsia)*, Osaka, Japan, 71–81.
- Al-Saggaf, Y., & MacCulloch, R. (2018). *Phubbing*: How Frequent? Who is Phubbed? In Which Situation? And Using Which Apps? *Proceedings of the Thirty Ninth International Conference on Information Systems (ICIS)*, San Francisco, 1–9.
- American Psychiatric Association (2014). *Manual de diagnóstico e estatística das perturbações mentais: DSM– 5*. Climepsi editores

- Bai, Q., Bai, S., Dan, Q., Lei, L., & Wang, P. (2020). Mother *Phubbing* and adolescent academic burnout: The mediating role of mental health and the moderating role of agreeableness and neuroticism. *Personality and Individual Differences*, 155. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109622>
- Benvenuti, M., Błachnio, A., Przepiorka, A. M., Daskalova, V. M., & Mazzoni, E. (2019). Factors Related to Phone Snubbing Behavior in Emerging Adults: The phubbing phenomenon. *The psychology and dynamics behind social media interactions*, 7, 164-187
- Beranuy, M., Chamarro, A., Graner, C., & Carbonell, X. (2009). Validación das escalas breves para evaluar la adicción a *Internet* y el abuso de móvil. *Psicothema*, 21(3), 480-485
- Billieux, J., van der Linden, M. & Rochat, L. (2008). The role of impulsivity in actual and problematic use of the mobile phone. *Applied Cognitive Psychology*, 22(9), 1195–1210. <https://doi.org/10.1002/acp.1429>
- Billieux, J., van der Linden, M., d'Acremont, M., Ceschi, G. & Zermatten, A. (2007). Does impulsivity relate to perceived dependence on and actual use of the mobile phone? *Applied Cognitive Psychology*, 21(4), 527–537. <https://doi.org/10.1002/acp.1289>
- Błachnio, A., & Przepiorka, A. (2018). Be Aware! If You Start Using Facebook Problematically You Will Feel Lonely: *Phubbing*, Loneliness, Self-esteem, and Facebook Intrusion. A Cross-Sectional Study. *Social Science Computer Review*, 37(2) 1–9. <https://doi.org/10.1177/0894439318754490>
- Bonett, D. G., & Wright, T. A. (2000). Sample size requirements for estimating *Pearson*, Kendall and *Spearman* correlations. *Psychometrika*, 65(1), 23-28.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. New York: The Guilford Press.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2001). Quantitative data analysis with SPSS release 10 for Windows: A guide for social scientists. *Routledge* <https://doi.org.10.4324/9780203471548>
- Chóliz, M., Villanueva, V., & Chóliz, M. C. (2009). Ellas, ellos y su móvil: Uso, abuso (¿y dependencia?) del teléfono móvil en la adolescencia. *Revista Española de Drogodependencias*, 34(1), 74-88.

- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “Phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63,9 –18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “Phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>
- Coehoorn, M. (2014). *Phubbing? An absurd design intervention for redefining smart-phone usage. Unpublished Master Thesis*. TU Delft.
- Costello, A. B., & Osborne, J. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 10, 1–9. <https://doi.org/10.7275/jyj1-4868>
- Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A., & Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and consequences of “Phubbing” among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. *Journal of family & community medicine*, 25(1), 35.
- David, M. E. & Roberts, J. A. (2017). Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media. *J. Association Consumer Res.*, 2(2), 155-163. <https://doi.org/10.1086/690940>
- De Ridder, D. T., Lensvelt-Mulders, G., Finkenauer, C., Stok, F.M., & Baumeister, R.F. (2012). Taking stock of self-control: A meta-analysis of how trait self-control relates to a wide range of behaviors. *Personality and Social Psychology Review*, 16(1), 76-99. <http://doi.org/10.1177/1088868311418749>.
- Duran, E. C. M., & Toledo, V. P. (2011). Análise da produção do conhecimento em processo de enfermagem: estudo exploratório-descritivo. *Revista Gaúcha de Enfermagem*. 32(2) 234-240. <https://doi.org/10.1590/S1983-14472011000200004>
- Echeburúa, E., & Requesens, A. (2012). Adicción a las redes sociales y a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes. *Guía para educadores*. Pirámide.
- Fortin, M. F. (2006). *Fundamentos e etapas do processo de investigação: da concepção à realização*. Lusodidacta

- Frozzi, G., & Mazzoni, E. (2011). On the importance of social network sites in the transitions which characterize “emerging adulthood.” *ICST Transactions on E-Education and E-Learning*, 11, 1–11. <https://doi.org/10.4108/icst.trans.eeel.2011.e4>
- Garzón, C. M. V., & Perea, M. V. (2019). "Phubbing" y género en un sector académico en Quito: Uso, abuso e interferencia de la tecnología. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 79, 9. <http://dx.doi.org/10.29101/crcs.v0i79.9156>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Pearson Education.
- Halpern, D., & Katz, J. E. (2017). Texting's consequences for romantic relationships: A crossed-lagged analysis highlights its risks. *Computers in Human Behavior*, 71, 386–394. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.051>
- Holmgren, H. G., & Coyne, S. M. (2017). Can't stop scrolling! Pathological use of social networking sites in emerging adulthood. *Addiction Research and Theory*, 25(5), 375–382. <https://doi.org/10.1080/16066359.2017.1294164>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55. <http://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Ifinedo, P. (2016). Applying uses and gratifications theory and social influence processes to understand students' pervasive adoption of social networking sites: Perspectives from the Americas. *International Journal of Information Management*, 36(2), 192–206. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.007>
- INE (2017). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. Madrid: INE.
- Jiang, J. (2018). *How teens and parents navigate screen time and device distractions*. Pew Research Center.
- Kadylak, T. (2020). An investigation of perceived family phubbing expectancy violations and well-being among US older adults. *Mobile Media & Communication*, 8(2), 247-267.
- Kadylak, T., Makki, T. W., Francis, J., Cotten, S. R., Rikard, R. V., & Sah, Y. J. (2018). Disrupted copresence: Older adults' views on mobile phone use during face-to-face

- interactions. *Mobile Media & Communication..*
<http://doi.org/10.1177/2050157918758129>
- Karadağ, E., Tosuntaş, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., Çulha, Í., & Babadağ, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: *Phubbing*. *Addicta: The Turkish Journal of Addictions*, 3(2), 250–269.
<https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, Í., & Babadağ, B. (2015). Determinants of *Phubbing*, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Kenyon, S. (2008). *Internet* use and time use: The importance of multitasking. *Time & Society*, 17(3), 283–318. <https://doi.org/10.1177/0961463X08093426>
- Kim, Y., Jeong, J. E., Cho, H., Jung, D.J., Kwak, M., Rho, M. J., & Choi, I. Y. (2016). Personality Factors Predicting Smartphone Addiction Predisposition: Behavioral Inhibition and Activation Systems, Impulsivity, and Self-Control. *PLOS ONE*, 11(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159788>
- King, A. L. S. & Nardi, A. E. A. (2014) O que é Nomofobia? Histórico e Conceito. Nomofobia: dependência do computador, *Internet*, redes sociais? Dependência do celular? 1. ed. Atheneu, 1-28.
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the big five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of structural Equation Modeling* (3rd ed.)The Guilford Press
- Krasnova, H., Abramova, O., Notter, I., & Baumann, A. (2016). Why *Phubbing* is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among “generation” users. *In ECIS Proceeding. Association for Information System*, 109.
- Kwon, M., Kim, D. J., Cho, H., & Yang, S. (2013). The smartphone addiction scale: development and validation of a short version for adolescents. *PloS one*, 8(12), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0056936>

- Labrador, F. J., & Villadangos, S. M. (2010). Menores y nuevas tecnologías: conductas indicadoras de posible problema de adicción. *Psicothema*, 22(2), 180-188.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- León, D. A. D. (2011). *Análise fatorial confirmatória através dos softwares R e Mplus*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Leung, L., & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77, 308–320. <https://doi.org/10.1177/107769900007700206>
- Loureiro, D. F., & Galhardo, A. O. (2018). *Desenvolvimento da Versão Portuguesa do Questionário de Nomofobia (NMP-Q-PT): estudo da estrutura fatorial e propriedades psicométricas*.
- Mahou, C. (2013). *Phubbing ¿El fin de nuestra civilización?* <http://www.caras.cl/tecnologia/Phubbing-el-fin-de-nuestracivilización/>
- Mazzoni, E., & Zanazzi, L. (2014). The use of SNSs among Adults and Emerging Adults. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 10(3). <https://doi.org/10.20368/1971-8829/912>
- Miller-Ott, A. E., & Kelly, L. (2017). A politeness theory analysis of cell-phone usage in the presence of friends. *Communication Studies*, 68(2), 190-2017. <https://doi.org/10.1080/10510974.2017.1299024>
- Moral, M. V., & Fernández, S. (2019). Uso problemático de *Internet* en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- Nazir, T. (2017). Attitude and Emotional Response among University Students of Ankara towards Phubbing. *International Journal of Multidisciplinary y Educational Research*, 6, 11.
- Nazir, T., & Bulut, S. (2019). *Phubbing* and what could be its determinants: A dugout of literature Psychology, 10, 819-829. <https://doi.org/10.4236/psych.2019.106053>

- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Organização mundial da saúde (OMS) (2014). Campos electromagnéticos y salud pública: teléfonos móviles. *MARTES OCTUBRE*.
- Pais-Ribeiro, J. L., Honrado, A., & Leal, I. (2004). Contribuição para o estudo da adaptação portuguesa das escalas de ansiedade, depressão e stress (EADS) de 21 itens de Lovibond e Lovibond. *Psicologia, saúde & doenças*, 5(2), 229-239.
- Pancani, L., Gerosa, T., Gui, M., & Riva, P. (2020). “Mom, dad, look at me”: The development of the Parental *Phubbing* Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, <https://doi.org/10.1177/0265407520964866>
- Park, W. K. (2005). Mobile phone addiction. In *Mobile Communications*. London: Springer, 253-272 https://doi.org/10.1007/1-84628-248-9_17
- Parus, M. S., Adu, A., & Keraf, M. A. (2021). Phubbing Behavior and Quality of Friendship in Faculty of Public Health, Nusa Cendana University. *Journal of Health and Behavioral Science*, 3(1), 13-23. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v3i1.3031>
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS*, 6º ed, Edições Sílabo.
- Pezoa-Jares, R. E., Espinoza-Luna, I. L., & Vasquez-Medina, J. A. (2012). *Internet* addiction: A review. *J. Addict. Res. Ther. S*, 6(2). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.S6-004>
- Pontes, H. M., Patrão, I. M., & Griffiths, M. D. (2014). Portuguese validation of the *Internet* Addiction Test: An empirical study. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(2), 107-114. <https://doi.org/10.1556/jba.3.2014.2.4>
- Przepiorka, A., & Blachnio, A. (2016). Time perspective in *Internet* and facebook addiction. *Computers in Human Behavior*, 60, 13-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.045>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

- Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner *Phubbing* and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. 2016). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A., & Oberst, U. (2008). La adicción a *Internet* y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-160. <https://doi.org/10.20882/adicciones.279>
- Sánchez-Martínez, M., & Otero, Á. (2010). Usos de *Internet* y factores asociados en adolescentes de la Comunidad de Madrid. *Atención Primaria*, 42(2), 79-85. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2009.05.004>
- Smetaniuk, P. (2014). A preliminary investigation into the prevalence and prediction of problematic cell phone use. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1), 41–53. <https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.004>
- Soares, S. C., Angeluci, A. C. B., & Azevedo, A. B. (2020) Phubbing e mídias móveis na escola: reflexos no comportamento comunicacional de nativos digitais. *Comunicação & Sociedade*, 42(2), 177-210. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v42n2p177-210>
- Soat, M. (2015). Social Media Triggers a Dopamine High. *Marketing News*, 49(11), 20– 21.
- T'ng, S. T., Ho, K. H., & Low, S. K. (2018). Are you “*Phubbing*” me? The determinants of *Phubbing* behavior and assessment of measurement invariance across sex differences. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 7(2), 159. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2018.3318>
- Turkle, S. (2012). ¿Conectados pero solos? <https://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4&t=35s>
- Villafuerte-Garzón, C. M., & Vera-Perea, M. (2019). *Phubbing* y género en un sector académico en Quito: Uso, abuso e interferencia de la tecnología. *Convergencia*, 26(79), 1-19. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i79.9156>
- Wang, X., Gao, Y., Yang, J., Zhao, F., & Wang, P. (2020). Parental *Phubbing* and adolescents’ depressive symptoms: Self-esteem and perceived social support as moderators.

- Journal of Youth and Adolescence*, 49, 427–437 <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01185-x>
- Wang, X., Wang, W., Qiao, Y., Gao, L., Yang, J., & Wang, P. (2020). Parental *Phubbing* and Adolescents' Cyberbullying Perpetration: A Moderated Mediation Model of Moral Disengagement and Online Disinhibition. *Journal of Interpersonal Violence*, <https://doi.org/10.1177/0886260520961877>
- Widyanto, L., & McMurrin, M. (2004). The psychometric properties of the *Internet* addiction test. *Cyberpsychology & behavior*, 7(4), 443-450. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.443>
- Xie, X., & Xie, J. (2020). Parental *Phubbing* accelerates depression in late childhood and adolescence: A two-path model. *Journal of Adolescence*, 78, 43-52. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.12.004>
- Yellowlees, P. M., & Marks, S. (2007). Problematic *Internet* Use or *Internet* Addiction? *Computers in Human Behavior*, 23, 1447-1453. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.05.004>
- Yildirim, C., & Correia, A. (2015) Understanding Nomophobia: A Modern Age Phobia Among College Students. In P. Zaphiris & A. Ioannou (eds), Learning and Collaboration Technologies. LCT 2015. *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 9192. 724-735. Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-20609-7-68>.
- Young, K. S. (1998). *Internet* addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & behavior*, 1(3), 237-244 <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

Anexos



Anexo A - Consentimento informado

Phubbing

Phubbing significa o ato de uma pessoa olhar para o seu *smartphone* durante uma conversa ou na companhia de outras pessoas, sendo absorvido pelo mesmo e evitando a comunicação interpessoal. Apesar de se encontrar nos primórdios da investigação e análise conceptual, este comportamento, progressivamente vinculado ao estilo de vida moderno, tem despertado a atenção dos investigadores. No âmbito do mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional de Braga, pretende-se estudar o fenómeno *Phubbing* na população portuguesa, através da validação de três questionários sobre o tema. A sua participação é muito importante. Não existem respostas certas ou erradas; apenas respostas sinceras. Asseguramos a confidencialidade dos dados e o anonimato.

Se tem nacionalidade portuguesa e 18 anos ou mais, convidamo-lo(a) a participar neste estudo.

Para qualquer esclarecimento, podem contactar as investigadoras: Beatriz Reis (biareis20xxx@gmail.com); Leticia Mendes (ninaleticia18@hotmail.com) e Solange Gomes (solangedacosta_g@hotmail.com).

Por favor, assinale “Concordo em participar neste estudo”.

- Concordo em participar neste estudo
- Não concordo em participar neste estudo

Anexo B – Questionário sociodemográfico

Idade:

Género:

Feminino

Masculino

Outro

Estado civil:

Solteiro(a)

Casado(a)/Em união de facto

Divorciado(a)/ Separado(a)

Viúvo(a)

Estatuto relacional:

Não estou numa relação romântica

Estou numa relação romântica

Número de anos de escolaridade (e.g.: 9^o ano = 9 anos):

Estatuto relacional:

Inativo (reformado, desempregado, doente)

Ativo (estudante, empregado, trabalho por conta própria)

Tem filhos?

Sim

Não

Há quantos anos tem telemóvel?

Em média, quantos minutos passa, por dia, a utilizar o seu telemóvel?

Anexo C – Generic Scale of Being Phubbed – (Chotpitayasunoth & Douglas, 2018)

Instruções: Gostaríamos que pensasse acerca da utilização da utilização que os outros fazem dos telemóveis durante as interações sociais face-a-face consigo. Pense nas suas interações sociais de forma global (e.g.: Com os amigos, conhecidos, família, parceiro/a...) e indique de que forma as seguintes afirmações de aplicam a si.

“Nas interações sociais face-a-face com as outras pessoas...”

1	2	3	4	5	6	7
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	As vezes	Frequentemente	Geralmente	Sempre

1	As outras pessoas parecem utilizar os telemóveis para verificarem as mensagens e as redes sociais.	1	2	3	4	5	6	7
2	As outras pessoas parecem a utilizar os telemóveis para navegar <i>on-line</i> .	1	2	3	4	5	6	7

3	As outras pessoas colocam os seus telemóveis num sítio que consigam ver.	1	2	3	4	5	6	7
4	As outras pessoas parecem preocupadas com o facto de poderem perder algo importante se não verificarem os seus telemóveis.	1	2	3	4	5	6	7
5	As outras pessoas parecem perder a noção do que se passa à sua volta por causa da utilização que fazem do telemóvel.	1	2	3	4	5	6	7
6	As outras pessoas parecem ter dificuldade em desligar o telemóvel.	1	2	3	4	5	6	7
7	As outras pessoas parecem não conseguir deixar os seus telemóveis para trás.	1	2	3	4	5	6	7
8	As outras pessoas parecem estar “num mundo próprio” enquanto utilizam os seus telemóveis.	1	2	3	4	5	6	7
9	As outras pessoas parecem ficar ansiosas se os seus telemóveis não estiverem por perto.	1	2	3	4	5	6	7
10	As outras pessoas prestam mais atenção ao telemóvel do que a mim próprio/a.	1	2	3	4	5	6	7

11	As outras pessoas preferem prestar atenção aos seus telemóveis do que falar comigo.	1	2	3	4	5	6	7
12	As outras pessoas parecem ficar menos aborrecidas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	1	2	3	4	5	6	7
13	As outras pessoas parecem ficar satisfeitas quando prestam mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	1	2	3	4	5	6	7
14	As outras pessoas prestam mais atenção aos seus telemóveis em vez de se concentrarem em mim.	1	2	3	4	5	6	7
15	As outras pessoas parecem sentir-se menos stressadas ao prestarem mais atenção aos seus telemóveis do que a mim.	1	2	3	4	5	6	7
16	As outras pessoas parecem sentir-se bem quando deixam de se concentrar em mim para prestarem atenção aos seus telemóveis.	1	2	3	4	5	6	7
17	As outras pessoas desviam a sua atenção de mim para os seus telemóveis.	1	2	3	4	5	6	7
18	Digo às outras pessoas que elas passam demasiado	1	2	3	4	5	6	7



6. Se ficasse sem saldo no meu <i>smartphone</i> ou atingisse o limite dos dados móveis mensais, entraria em pânico.	1	2	3	4	5	6	7
7. Se não tivesse um sinal de rede ou <i>Wi-Fi</i> , estaria constantemente a verificar se já tinha sinal ou se conseguia encontrar uma rede <i>Wi-Fi</i> .	1	2	3	4	5	6	7
8. Se não conseguisse usar o meu <i>smartphone</i> , teria medo de ficar sem recursos num sítio qualquer.	1	2	3	4	5	6	7
9. Se não me fosse possível ver o meu <i>smartphone</i> durante algum tempo, sentiria necessidade de o fazer.	1	2	3	4	5	6	7
10. Sentir-me-ia ansioso, porque não conseguiria comunicar imediatamente com a minha família e/ou amigos.	1	2	3	4	5	6	7
11. Ficaria preocupado porque a minha família e/ou amigos não me poderiam contactar.	1	2	3	4	5	6	7
12. Sentir-me-ia nervoso porque não conseguiria receber mensagens e chamadas.	1	2	3	4	5	6	7
13. Sentir-me-ia ansioso porque não seria capaz de manter contacto com a minha família e/ou amigos.	1	2	3	4	5	6	7
14. Ficaria nervoso porque não saberia se alguém me tinha tentado contactar.	1	2	3	4	5	6	7

154 155 156 157 158 159

<p>15. Sentir-me-ia ansioso porque a minha ligação constante com a minha família e amigos estaria interrompida.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160
<p>16. Ficaria nervoso porque estaria desligado da minha identidade <i>online</i>.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160
<p>17. Sentir-me-ia desconfortável porque não conseguiria estar atualizado nas redes sociais e nas redes <i>online</i>.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160
<p>18. Sentir-me-ia incomodado por não poder ver as minhas notificações para atualizações dos meus contatos e redes sociais.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160
<p>19. Sentir-me-ia ansioso porque não conseguiria aceder aos meus <i>emails</i>.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160
<p>20. Sentir-me-ia estranho porque não saberia o que fazer.</p>	<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156	<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159	<input type="checkbox"/> 160

Anexo E - Partner Phubbing Scale - (Roberts & David, 2016; versão Portuguesa - Água et al., 2019)

Instrução: Nas seguintes afirmações assinale o que mais se adequa ao seu parceiro/a.

	1 Nunca	2 Raramente	3 Às vezes	4 Quase sempre	5 Sempre
1. Durante uma refeição do dia-a-dia que tenho com o meu/minha parceiro/a, ele/ela tira o telemóvel e verifica-o muitas vezes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. O meu/minha parceiro/a põe o seu telemóvel onde o possa ver quando estamos juntos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. O meu/minha parceiro/a mantém o seu telemóvel na mão quando está comigo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Quando o meu/minha parceiro/a recebe uma chamada ou mensagem vê logo o telemóvel mesmo se estivermos a meio de uma conversa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. O meu parceiro/a olha para o seu telemóvel mesmo quando está a falar comigo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Durante o tempo de lazer que eu tenho com o meu/minha parceiro/a, ele/ela usa o telemóvel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



7. O meu/minha parceiro/a não usa o seu telemóvel quando estamos a falar (inverter)	☐ ₁₂	☐ ₁₃	☐ ₁₄	☐ ₁₅	☐ ₁₆
8. O meu/minha parceiro/a usa o seu telemóvel quando saímos juntos.	☐ ₁₇	☐ ₁₈	☐ ₁₉	☐ ₂₀	☐ ₂₁
9. Se houver uma pausa na nossa conversa o meu/minha parceiro/a, verifica o seu telemóvel.	☐ ₂₂	☐ ₂₃	☐ ₂₄	☐ ₂₅	☐ ₂₆

Anexo F – Cronograma

Atividades	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Escolha do Assunto					X							
Delimitação do Tema					X							
Levantamento bibliográfico					X	X	X	X	X			
Elaboração do projeto					X	X	X	X	X	X		
Entrega da primeira versão							Dia 10					
Recolha de dados					Dia 12	X	X	X	X	Dia 24		
Entrega do pré-projeto nos serviços escolares												Dia 18
Análise de dados	X	X	X								X	X
Elaboração do relatório	X	X	X	X	X	X						
Entrega do projeto final										Dia 31		