

Estado da publicação: Não informado pelo autor submissor

# COMPARAÇÃO SOCIAL, INVEJA, ESTRESSE E PERSEGUIÇÃO CORPORATIVA: UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS OCULTOS DO LINKEDIN

Ahmed Sameer El Khatib

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.11054>

Submetido em: 2025-01-10

Postado em: 2025-01-13 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

**COMPARAÇÃO SOCIAL, INVEJA, ESTRESSE E PERSEGUIÇÃO  
CORPORATIVA: UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS OCULTOS DO *LINKEDIN***

**SOCIAL COMPARISON, ENVY, STRESS AND CORPORATE STALKING: AN  
ANALYSIS OF THE HIDDEN ASPECTS OF LINKEDIN**

Ahmed Sameer El Khatib, Pós-Doutor em Finanças pela FEA/USP e Pós-Doutor em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP. Doutor em Administração e Doutor em Educação pela PUCSP. Professor Adjunto de Finanças da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). R. Gen. Newton Estilac Leal, 932 -Quitaúna, Osasco -SP, 06190-170. Telefone:(11) 3385-4296

E-mail: [ahmed.sameer@unifesp.br](mailto:ahmed.sameer@unifesp.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0764-8622>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4342154115808776>

**Conflitos de interesse: O autor declara não haver conflito de interesses.**

## RESUMO

Pesquisas precedentes sobre a utilização das redes sociais revelam uma intersecção complexa entre o comportamento dos usuários e as repercussões psicológicas associadas ao uso dessa e de outras mídias sociais. Fenômenos como o medo de ficar de fora (*Fear of Missing Out - FoMO*), o estresse e a comparação social emergem como questões centrais nesse contexto. Embora estudos anteriores tenham abordado esses fenômenos de forma isolada em redes sociais, a análise das inter-relações entre eles é ainda escassa, dificultando a compreensão dos fatores motivadores e das estratégias para mitigar os efeitos adversos, sobretudo, em redes sociais corporativas. Este estudo propõe um modelo teórico integrando a Teoria da Comparação Social de Festinger (1954) e a Teoria do Uso Compensatório da Internet, com base em uma amostra de 622 usuários brasileiros do *LinkedIn*. Os resultados indicam que o *FoMO* e a comparação social estão diretamente relacionados ao estresse, com a comparação social atuando como mediadora nessa dinâmica. Além disso, a inveja relacionada ao uso do *LinkedIn* modera negativamente a relação entre *FoMO* e comparação social. Esses achados fornecem novos insights sobre as dinâmicas do uso do *LinkedIn*, destacando não apenas suas funções profissionais, como busca de emprego e networking, mas também os impactos psicológicos que podem surgir em um ambiente digital cada vez mais competitivo. A intensificação da comparação social nas plataformas digitais amplifica sentimentos de inadequação, insatisfação, inveja e raiva, uma vez que os usuários se veem constantemente expostos a representações idealizadas da vida profissional dos outros. Portanto, compreender essas interações é fundamental para desenvolver intervenções que possam atenuar os efeitos negativos associados ao uso dessas plataformas.

**Palavras-chave:** *LinkedIn*; Comparação social; Inveja; Estresse Virtual; *FoMO*.

## ABSTRACT

Previous research on social media use reveals a complex intersection between user behavior and the psychological repercussions associated with the use of this and other social media. Phenomena such as fear of missing out (FoMO), stress, and social comparison emerge as central issues in this context. Although previous studies have addressed these phenomena in isolation in social networks, the analysis of the interrelationships between them is still scarce, making it difficult to understand the motivating factors and strategies to mitigate adverse effects, especially in corporate social networks. This study proposes a theoretical model integrating Festinger's Social Comparison Theory (1954) and the Compensatory Internet Use Theory, based on a sample of 622 Brazilian LinkedIn users. The results indicate that FoMO and social comparison are directly related to stress, with social comparison acting as a mediator in this dynamic. In addition, envy related to LinkedIn use negatively moderates the relationship between FoMO and social comparison. These findings provide new insights into the dynamics of LinkedIn use, highlighting not only its professional functions, such as job search and networking, but also the psychological impacts that can arise in an increasingly competitive digital environment. The intensification of social comparison on digital platforms amplifies feelings of inadequacy, dissatisfaction, envy, and anger, as users are constantly exposed to idealized representations of others' professional lives. Therefore, understanding these interactions is essential to develop interventions that can mitigate the negative effects associated with the use of these platforms.

**Keywords:** LinkedIn; Social comparison; Envy; Virtual stress; FoMO.

## 1 INTRODUÇÃO

Com a proliferação do uso de mídias sociais, pesquisadores voltaram sua atenção para as implicações psicossociais de tais comportamentos (Chai et al., 2019; Dhir et al., 2021; Tandon et al., 2020; 2021a, b). Em particular, as pesquisas dos últimos cinco anos se concentraram nos fenômenos negativos associados ao uso de mídias sociais (Dhir et al., 2019; Talwar et al., 2019, 2020a; Tandon et al., 2021b), que foram denominados o lado crítico ou sombrio das mídias sociais (Dhir et al., 2021; Talwar et al., 2019; Tandon et al., 2021a, b). Algumas das principais manifestações examinadas pelas pesquisas incluíram o medo de ficar de fora ou *Fear of Missing Out - FoMo* (Tandon et al., 2021a), ciúme induzido pela mídia social (Tandon et al., 2021b) e estresse da mídia social, bem como seus efeitos no bem-estar psicossocial, problemas de sono e diminuição do desempenho acadêmico (Dhir et al., 2018, 2019; Malik et al., 2020). No entanto, uma revisão da literatura existente destaca que o conhecimento atual sobre as consequências negativas da mídia social requer aprofundamento, especialmente dadas as implicações que elas têm para o bem-estar de indivíduos, sociedades e comunidades.

Levando a discussão adiante, um exame mais detalhado das descobertas acumuladas nesta área apresenta três lacunas de conhecimento. Primeiro, existe conhecimento limitado sobre a estresse de mídia social corporativa (Bright e Logan, 2018; Dhir et al., 2018, 2019), seus antecedentes (Islam et al., 2020) e seus correlatos entre outros comportamentos de seus usos, como comparação social online (Malik et al., 2020; Talwar et al., 2019). Como o estresse de mídia social pode fazer com que os indivíduos cessem ou diminuam seu uso de mídia social (Dhir et al., 2018, 2019; Malik et al., 2020), argumentamos que esta é uma lacuna significativa na teoria com implicações críticas para a prática. Em segundo lugar, estudos anteriores investigaram principalmente o *FoMo* como uma terceira variável, ou seja, como um mediador (Wang et al., 2018) ou moderador (Chai et al., 2019). No caso das redes sociais corporativas, essa patologia pode

estar associada ao medo de perder oportunidades de emprego, de ser notado por possíveis empregadores ou, simplesmente, desejar sempre estar em evidência.

Poucos estudos consideraram o *FoMo* como um antecedente das consequências negativas do uso da mídia social corporativa (Tandon et al., 2020; 2021a), com estresse da mídia social (Dhir et al., 2018), compartilhamento de atualizações superavaliadas (Talwar et al., 2019), interrupção nas atividades diárias/de rotina (Appel et al., 2019), a intrusão de plataformas de mídia social como o *LinkedIn* (Dhir et al., 2021) e sono problemático devido ao uso da mídia social (Tandon et al., 2020). Dado que o *FoMo* pode ser um fator-chave que leva os indivíduos a usar a mídia social, argumentamos que a compreensão limitada do *FoMo* representa uma lacuna na pesquisa que é imperativo abordar. Terceiro, a pesquisa indicou que a associação de *FoMo* com outros lados críticos dos fenômenos de mídia social pode ser mediada e/ou moderada por outras variáveis, incluindo o uso compulsivo de mídia social corporativa (Dhir et al., 2018) e emoções individuais (James et al., 2017). No entanto, o papel dessas variáveis mediadoras e moderadoras raramente foi investigado na literatura anterior (Yin et al., 2019), produzindo apenas uma compreensão superficial desses mecanismos de confusão.

O presente artigo propõe abordar essas lacunas de pesquisa focando, primeiramente, no papel do *FoMo* como um antecedente do estresse derivado do *LinkedIn*, que está relacionada às sobrecargas de informação, comunicação e tecnologia resultantes das interações corporativas de um indivíduo (Dhir et al., 2019; Malik et al., 2020; Talwar et al., 2019). Isso está em concordância com estudos recentes que observaram que o estresse é subjetivo e pode estar relacionada a outros problemas adversos associados ao uso de mídia social, como *FoMo* (Bright e Logan, 2018; Malik et al., 2020). Apesar disso, pesquisas limitadas se concentraram em como as informações coletadas e processadas por usuários do *LinkedIn* impulsionadas pelo *FoMo* influenciam seu estresse vivenciado. Por exemplo, poucos pesquisadores examinaram se os usuários do *LinkedIn* sentem estresse ao participar de comparações sociais online (doravante denominadas comparações sociais; Malik et al., 2020), especialmente se os usuários são motivados a usar mídia social com frequência devido ao *FoMo*, se postam atualizações fictícias sobre suas carreiras e conquistas para impressionar ou conseguir atenção de recrutadores profissionais ou de outros usuários.

Outra questão nova que está chamando a atenção na grande mídia é a inclinação dos indivíduos em rever passivamente, mas persistentemente, o conteúdo de mídia social compartilhado por outros usuários (Dhir et al., 2021). Esse comportamento parece ser uma forma passiva de perseguição cibernética (Dhir et al., 2021; Kaur et al., 2020a). Portanto, nos referimos a essa inclinação neste artigo como "perseguição corporativa" (Kaur et al., 2020a). Embora estudos limitados sobre perseguição cibernética tenham sugerido que indivíduos que lidam com esse comportamento de perseguição podem experimentar uma sensação de estresse (Begotti e Maran, 2019), até onde sabemos, a associação entre perseguição corporativa e estresse de mídia social não foi testada em pesquisas anteriores com usuários do *LinkedIn*.

Dessa forma, propusemos examinar o "stalking corporativo" de mídia social (referida como perseguição corporativa daqui em diante) também. Além disso, estudos sugeriram que os comportamentos negativos dos usuários de mídia social podem estar ligados à sua propensão a se envolver em comparação social em tais plataformas (Holmgren e Coyne, 2017). Embora pesquisas anteriores tenham estabelecido uma ligação entre comparação social e estresse (Malik et al., 2020), o que é menos conhecido é o mecanismo pelo qual a comparação social se traduz em estresse e sua associação com outros fenômenos relacionados ao lado oculto da mídia social. Abordamos essa lacuna no conhecimento explorando se os indivíduos motivados pelo *FoMo* se envolvem em

comparação social e, posteriormente, experimentam estresse. Além disso, também exploramos se a comparação social também está associada à tendência dos usuários de se envolverem em perseguição corporativa, o que é, até onde sabemos, um aspecto não investigado na literatura.

Assim, exploramos as associações entre essas quatro variáveis de *FoMo*, estresse, perseguição corporativa e comparação social para investigar a interação matizada e dinâmica desses fenômenos integrais do lado oculto da mídia social que criam um impacto negativo significativo no bem-estar individual. Afirmamos que um exame simultâneo desses fenômenos pode provocar insights mais profundos sobre o mecanismo de efeito que os conecta e produz tais consequências adversas, por exemplo, estresse, para um usuário individual de mídia social. Em suma, nosso estudo aborda as três questões de pesquisa: 1) *Como FoMo, comparação social e perseguição corporativa estão associados ao estresse?* 2) *Como a comparação social e a perseguição corporativa mediam a associação de FoMo e estresse?* e 3) *Como o comportamento de uso individual (frequência de postagem de atualizações de status de mídia social) e as emoções (inveja da mídia social) moderam as associações de FoMo com comparação social, perseguição corporativa e estresse?*

Nosso modelo conceitual que incorpora essas questões de pesquisa é baseado nas proposições teóricas de duas teorias: a Teoria do Uso Compensatório da Internet (TUCI; Kardefelt-Winther, 2014) e a Teoria da Comparação Social (TCS; Festinger, 1954) — que foram usadas para fundamentar a estrutura de pesquisa. A TUCI foi utilizada anteriormente para estudar o uso problemático da mídia social (Tandon et al., 2020) e os dispositivos usados para acessá-la, como smartphones (Elhai et al., 2020). A TCS também foi usada para entender os motivos dos indivíduos para se compararem com outros nas mídias sociais, bem como para investigar a associação da comparação social com o comportamento problemático de uso das mídias sociais (Holmgren e Coyne, 2017) e/ou indicadores de bem-estar diminuído, como depressão (Faranda e Roberts, 2019). Testamos as questões de pesquisa e as associações propostas analisando dados coletados de 622 usuários jovens e adultos do *LinkedIn* no Brasil.

Ao responder a essas questões, nosso estudo contribui para a literatura de quatro maneiras. Primeiro, a adoção de lentes teóricas duplas nos permite examinar os fenômenos focais de uma nova perspectiva. A novidade de nossa perspectiva reside em considerar a perseguição nas redes sociais (conhecida como “*stalking*”) e a comparação social como atos compensatórios nos quais um indivíduo afetado por *FoMo* pode se envolver. Além disso, utilizamos a TCS para entender como o *FoMo* pode atuar como um motivo para os usuários se envolverem em comparação social nas mídias sociais. Esta é uma contribuição significativa, pois a pesquisa existente levantou a necessidade de combinar teorias existentes ou desenvolver novas para examinar o comportamento do consumidor relacionado à mídia social (Dhir et al., 2021). Em segundo lugar, ao investigar as associações entre *FoMo*, comparação social online, perseguição corporativa no *LinkedIn* e estresse, examinamos os mecanismos que conectam os principais aspectos contemporâneos ou “blocos de construção” do lado oculto da mídia social (Talwar et al., 2020a).

A identificação de tais mecanismos é um aspecto limitado da literatura anterior e, portanto, contribui significativamente para a teoria. Em terceiro lugar, ao explicitar os papéis da comparação social online e da perseguição corporativa como mediadores, acrescentamos ao conhecimento existente sobre os caminhos pelos quais o *FoMo* pode levar ao desenvolvimento do estresse. Como o estresse foi associado à possível descontinuação do uso da mídia social, essa descoberta contribui para a literatura ao gerar insights sobre como as emoções e experiências relacionadas à mídia social de um

indivíduo, ou seja, *FoMo*, podem se traduzir em estresse. Finalmente, nosso estudo sugere que um “efeito de amplificação” pode existir para o lado oculto do *LinkedIn*, em que um aspecto negativo do uso da mídia social pode exacerbar outros aspectos negativos, criando assim um efeito dominó. Esta é uma contribuição crítica para o conhecimento atual que valida a alegação de pesquisadores anteriores de que o lado oculto de mídias sociais em geral e outros fenômenos negativos associados aos seus usos podem criar um ciclo de feedback deletério com um efeito cumulativo e prejudicial ao indivíduo.

## 2 PLATAFORMA TEÓRICA E CONSTRUÇÃO DAS HIPÓTESES

### 2.1. Teoria do uso compensatório da internet (TUCI)

A Teoria do uso compensatório da internet (TUCI) é uma teoria contemporânea que tem sido amplamente utilizada no contexto das mídias sociais (Elhai et al., 2017, 2020; Tandon et al., 2020) e é postulada como uma extensão da Teoria de Usos e Gratificações (TUG). A novidade da TUCI é seu foco particular na psicopatologia como motivadores do uso problemático da internet ou das mídias sociais (Elhai et al., 2017). A TUCI afirma que os indivíduos podem ser motivados a usar excessivamente a tecnologia (por exemplo, mídias sociais) para lidar com ou compensar uma falta percebida de necessidades sociais atendidas (Wang et al., 2018), bem como emoções negativas ou estressores relacionados às suas circunstâncias de vida (Wolniewicz et al., 2018).

Aproveitamos a TUCI para teorizar que os indivíduos que vivenciam *FoMo*, que é uma sensação de ansiedade e, portanto, uma forma de emoção negativa (Tandon et al., 2021a), seriam motivados a aumentar seu uso de mídias sociais para lidar com isso e compensá-lo. Argumentamos intuitivamente que tais indivíduos se envolveriam compulsivamente em seguir os perfis de mídia social de outras pessoas, ou seja, se envolveriam em perseguição corporativa. Eles também podem ser propensos a comparar eventos em suas próprias vidas com os perfis que visitam (ou seja, se envolver em comparação social) para evitar o *FoMo*, garantindo a participação em eventos importantes compartilhados pelos membros de seu grupo social. Essa exposição excessiva motivada pelo *FoMo* às mídias sociais e às informações nela contidas pode aumentar a propensão desses indivíduos a sentir estresse.

Nossa afirmação está alinhada com estudos anteriores que postulam que os indivíduos podem estar mais inclinados a usar formas sociais de tecnologia (por exemplo, smartphones e mídias sociais) para lidar com sentimentos percebidos de negatividade (Tandon et al., 2020) e necessidades sociais não atendidas (Wang et al., 2018; Wolniewicz et al., 2018). Além disso, estudos mostraram que, além do *FoMo*, outros lados preocupantes dos fenômenos das mídias sociais, como sono problemático devido ao uso das mídias sociais (Tandon et al., 2020), também podem ser explicados pelas lentes do TUCI. Assim, consideramos a TUCI uma teoria apropriada para fundamentar o arcabouço teórico do nosso estudo.

No entanto, o foco explícito do TUCI na psicopatologia e nas emoções negativas como um precursor de comportamentos relacionados ao uso problemático de mídia social e tecnologia por si só também é considerado uma fraqueza por alguns acadêmicos (Wolniewicz et al., 2018). Isso pode ser atribuído ao fato de que estudos anteriores mostraram que a interação social digital e comportamentos como comparação social com um motivo positivamente orientado como autoaperfeiçoamento (Latif et al., 2021; Cramer et al., 2016) podem frequentemente se traduzir em experiências negativas como estresse também (Malik et al., 2020). Assim, acreditamos que o TUCI oferece uma perspectiva restrita e não ofereceria uma visão abrangente para o estudo das associações propostas, especialmente estresse. Portanto, complementamos o TUCI com o TCS para considerar a associação entre *FoMo*, comparação social e estresse.

## 2.2 Teoria da comparação social (TCS)

A TCS (Festinger, 1954) sugere que os indivíduos são inclinados a autoavaliar suas crenças e/ou habilidades ao se envolverem em comparações com outras pessoas presentes em seu ambiente social (Greenwood, 2017). Além disso, a TCS postula que os indivíduos podem se envolver em duas formas de comparações sociais — ascendentes e descendentes — dependendo de sua motivação. De acordo com Talwar et al. (2019), a forma de comparação em que um indivíduo se envolve depende de seu nível de motivação. Por exemplo, um indivíduo altamente motivado buscaria autoaperfeiçoamento e se envolveria em comparação social ascendente (Cramer et al., 2016). No contexto da mídia social, estudos anteriores sugeriram que os usuários de plataformas como o Facebook podem estar inclinados a acreditar que outros usuários estão em posições relativamente melhores do que eles e se envolver em comparação social ascendente (Latif et al., 2021). Adotamos uma perspectiva semelhante e utilizamos a TCS para examinar a associação da comparação social em sua forma ascendente com *FoMo*, perseguição corporativa e estresse. Nosso uso da TCS aborda a alegação de pesquisas anteriores de que há conhecimento limitado dos estados emocionais, ou seja, emoções positivas ou negativas, que resultam do engajamento de um indivíduo na comparação social (Cramer et al., 2016).

## 2.3 *FoMo* e estresse das mídias sociais (corporativas ou de lazer)

*FoMo* atraiu atenção acadêmica significativa (Dhir et al., 2018) e foi estudado anteriormente no contexto do uso de mídia social (Tandon et al., 2020, 2021a; Whelan et al., 2020). A pesquisa existente sugeriu que a experiência de *FoMo* dos indivíduos pode levá-los a se envolver em interações mais persistentes e deliberadas com outras pessoas que fazem parte de seus grupos sociais online (Dhir et al., 2018; Tandon et al., 2021a), o que pode ser um prelúdio para o desenvolvimento da tendência de se envolver no uso compulsivo de mídia social (Beyens et al., 2016). Além disso, estudos anteriores indicaram que o uso compulsivo de mídia social, especialmente devido ao *FoMo*, pode levar os indivíduos a sentir estresse (Bright e Logan, 2018). Dhir et al. (2018) descobriram que o *FoMo* está associado ao estresse, embora essa associação tenha sido fraca. Em contraste, Bright e Logan (2018) descobriram que o *FoMo* estava fortemente associado à no contexto da publicidade em mídias sociais. Da mesma forma, Tugtekin et al. (2020) descobriram que o *FoMo* estava fortemente associado ao estresse em redes sociais. Além disso, Whelan et al. (2020) relataram que o *FoMo* influenciou significativamente as sobrecargas de comunicação e informação, que são inerentemente relacionadas ao conceito de estresse.

De acordo com Zhou (2019), o *FoMo* pode fazer com que os usuários do WeChat (um aplicativo móvel popular de mídia social) mantenham um estado permanente de estar online. Em linha com essa descoberta, também acreditamos que o *FoMo* atua como um gatilho ou estressor que induz os indivíduos a manter uma conexão persistente com a mídia social. Nossa suposição é apoiada pelos princípios do TUCI, que sugere que certos estressores ou emoções negativas desencadeiam o uso excessivo ou problemático da mídia social.

Embora descobertas anteriores tenham oferecido informações inconsistentes sobre a associação entre *FoMo* e estresse, a literatura indica que existe uma relação entre as duas variáveis. Levando o debate adiante, postulamos que se os usuários permanecerem continuamente conectados ao *LinkedIn* devido ao *FoMo*, eles inevitavelmente experimentarão uma sobrecarga percebida de informações ou pistas de

comunicação devido às atividades em que se envolvem, o que então leva à sua experiência de estresse. Assim, propomos a seguinte hipótese:

***H<sub>1</sub>. O FoMo está positivamente associado ao estresse causado pelo LinkedIn***

Nosso estudo examina as associações entre quatro fenômenos contemporâneos: *FoMo*, comparação social, perseguição corporativa e estresse (Tabela 1 a seguir).

**Tabela 1. Descrição das variáveis estudadas**

Variáveis	Descrição	Suporte teórico
Medo de ficar de fora ( <i>FoMo</i> )	Experiência de apreensão e preocupação por parte dos usuários de mídias sociais de que eles podem estar desconectados ou ausentes de uma experiência recebida e/ou apreciada por outros, como colegas, familiares ou amigos.	Przybylski et al. (2013); Tandon et al. (2021a)
Perseguição corporativa	Tendência “voyeurística” dos usuários de se envolverem em monitoramento persistente dos perfis de mídia social e conteúdo compartilhado de outros para coletar informações sem nenhuma intenção maliciosa. Teorizamos essa variável para refletir dois aspectos do desejo de um indivíduo: (a) se manter atualizado sobre o que os outros estão fazendo e (b) monitorar e/ou coletar informações sobre as vidas profissionais no <i>LinkedIn</i> e conteúdo compartilhado de outros.	Dhir et al. (2021); Lyndon et al. (2011); Näntymäki and Islam (2016); Stiff (2019)
Comparação social online	A tendência dos usuários de vivenciar sentimentos negativos ao se compararem cada vez mais com os outros durante o uso do <i>LinkedIn</i> .	Cramer et al. (2016); Talwar et al. (2019)
Estresse nas redes sociais	Estresse e Sentimentos autorregulados e desagradáveis ou exaustão mental vivenciados pelos usuários devido ao uso de tecnologia e sobrecargas de informação e/ou comunicação resultantes de interações nas mídias sociais.	Latif et al. (2021); Lin et al. (2018)
Inveja nas redes sociais	A inveja pode ser maliciosa (ou seja, orientada negativamente ou ameaçadoramente para os outros, como fofocas negativas) ou benigna (ou seja, orientada como um desafio para o autoaperfeiçoamento ao aumentar as próprias vantagens percebidas). Conceituamos a inveja no <i>LinkedIn</i> como um sentimento desagradável experimentado por um indivíduo que é caracterizado por uma mistura de emoções negativas, incluindo dor, ressentimento e inferioridade, devido a comparações com outra(s) pessoa(s) entre seus grupos de <i>LinkedIn</i> cujas postagens ou atualizações sugerem que eles possuem algo que o indivíduo deseja (uma formação, um bom emprego etc.), mas ainda não tem.	Lin et al. (2018); Deters e Mehl (2013); Tandon et al., 2020.
Frequência de publicação de atualizações de status em mídias sociais	Atualizações de status são mensagens curtas que os indivíduos podem postar em sua própria página inicial (ou seja, página de perfil) e feed de notícias que são visíveis para outros (usuários do <i>LinkedIn</i> ), dependendo das configurações de privacidade do indivíduo. Teorizamos a frequência de atualizações de status de mídia social como o número de vezes que um usuário atualiza seu status do <i>LinkedIn</i> em um período que varia de diariamente até um mês.	Lin et al. (2018); Deters e Mehl (2013); Cramer et al. (2016); Talwar et al. (2019).

**Fonte:** Do autor (2025).

Escolhemos estudar esses fenômenos específicos por dois motivos: (a) suas associações com o lado crítico das mídias sociais e as implicações resultantes para o bem-estar psicossocial dos usuários; e (b) a pesquisa anterior se concentrou mais em examinar essas manifestações de forma fragmentada, deixando um aspecto mais realista de suas

interações complexas (que podem exacerbar as consequências negativas) amplamente subexplorado.

Nosso estudo examina se e como *FoMo*, comparação social e perseguição corporativa estão diretamente associados ao estresse. Também examinamos (a) os papéis mediadores da perseguição corporativa e da comparação social na associação entre *FoMo* e estresse, bem como (b) os papéis moderadores da inveja no *LinkedIn* e da frequência de postagem de atualizações de status no *LinkedIn* (chamadas de frequência de atualizações de status, de formação ou de início em novos cursos, por exemplo) na associação de *FoMo* com estresse, perseguição corporativa e comparação social. As associações são examinadas enquanto controlam as características sociodemográficas de idade e gênero.

#### **2.4 *FoMo* e perseguição corporativa nas redes sociais**

Estudos anteriores postularam que o aumento ou o tempo excessivo gasto em mídias sociais leva os indivíduos a monitorar e coletar informações sobre as atividades de outros nessas plataformas (Fuchs e Trottier, 2015), embora sem intenção maliciosa quanto ao uso dessas informações. A ausência de intenção maliciosa diferencia esse ato passivo de monitoramento e coleta de informações do comportamento tradicional de cyberstalking, que tem sido chamado de vigilância de mídia social (Fuchs e Trottier, 2015) e perseguição das redes sociais (Lyndon et al., 2011) no contexto de monitoramento de ex-parceiros nas mídias sociais. Esse fenômeno de perseguição nas mídias sociais (Dhir et al., 2021) é um comportamento relativamente novo associado ao lado crítico das mídias sociais que está ganhando cada vez mais atenção na grande mídia (Dhir et al., 2021; Kaur et al., 2020a).

Doster (2013) sugeriu que os usuários de mídia social são frequentemente motivados pelo desejo de observar a vida e as informações dos outros, o que consideramos ser a base da perseguição corporativa em nossa teorização. Além disso, Stiff (2019) descobriu que a vigilância do Facebook abrange um elemento de rastreamento que se relaciona a uma forma recreativa de verificar os perfis de outros usuários para coletar informações que podem ser motivadas por sua necessidade de satisfazer tendências voyeurísticas. Fioravanti e Casale (2020), por sua vez, sugeriram que indivíduos que gostam de monitorar as informações dos outros geralmente passam mais tempo nas mídias sociais e que tal comportamento pode ser associado a tendências viciantes. Dhir et al. (2021), por exemplo, determinaram uma associação positiva significativa entre perseguição e uso compulsivo de mídia social.

Algumas pesquisas também postularam que o uso de mídia social promove incidências de vigilância social para evitar *FoMo* (Buglass et al., 2017). Lim (2019) sugeriu que indivíduos que têm um alto desejo de evitar o sentimento de exclusão social (ou seja, *FoMo*) podem estar mais inclinados a usar o Facebook para vigilância. Embora, até onde sabemos, não haja nenhuma evidência a priori existente para essa associação, acreditamos que a literatura indica que usuários de mídia social que vivenciam *FoMo* também podem se envolver em perseguição. Como o TUCI sugere que os indivíduos podem se envolver em maior uso de mídia social para compensar suas necessidades sociais não atendidas e emoções negativas, postulamos que a ansiedade sobre atualizações perdidas de seus grupos sociais virtuais (ou seja, *FoMo*) atuaria como um estressor para os usuários e influenciaria eles a buscarem ativamente atualizações sobre as vidas dos outros. Argumentamos intuitivamente que, para aliviar e compensar o *FoMo*, os usuários de mídia social monitorariam informações sobre as atividades do *LinkedIn* de seus pares, ou seja, perseguição corporativa, uma vez que estamos tratando de uma mídia social profissional. Assim, levantamos a seguinte hipótese:

## ***H2. O FoMo está positivamente associado à perseguição corporativa no LinkedIn.***

### ***2.5 FoMo e comparação social no LinkedIn***

O desvio no uso de mídia social (por exemplo, uso excessivo, compulsivo ou problemático) foi associado à comparação social (Holmgren e Coyne, 2017). Pesquisas precedentes argumentaram que os efeitos negativos do uso de mídia social podem depender da tendência dos usuários de se compararem com outros percebidos como superiores (ou seja, comparação social ascendente) (Frampton e Fox, 2018; Holmgren e Coyne, 2017). Estudos anteriores sobre comparação social apoiam esse argumento. Verduyn et al. (2020) observaram que a mídia social fornece aos usuários oportunidades abundantes de visualizar as informações de outras pessoas. Como a maioria dos usuários tende a retratar uma imagem mais positiva de si mesmos nas mídias sociais (por exemplo, postando fotos filtradas, cargos elevados, formações acadêmicas superavaliadas), é provável que os usuários se envolvam em uma comparação mais ascendente forma de comparação (Verduyn et al., 2020).

Os princípios da TCS e a literatura anterior sugerem que a comparação social pode ser conduzida por diferentes motivações (Song et al., 2019). Além disso, o resultado afetivo da comparação social pode depender da personalidade de um indivíduo e do contexto ou situação em que ele se envolve em tal comparação (Rosenthal-von der Pütten et al., 2019). Isso sugere que o *FoMo*, que é proposto para conduzir o uso compulsivo de mídia social por um indivíduo (Tandon et al., 2020), também pode estar ligado à inclinação para se envolver em comparação social. Em essência, nos baseamos na TCS para propor que o *FoMo* atuaria como um motivador distinto no contexto de ambientes de mídia social e induziria os indivíduos a se envolverem em comparações sociais ascendentes, levando-os a vivenciar emoções negativas. Assim, propõe-se a seguinte hipótese:

## ***H3. O FoMo está positivamente associado à comparação social no LinkedIn***

### ***2.6 Comparação social e perseguição corporativa no LinkedIn***

Dhir et al. (2021) descobriram que indivíduos que praticam perseguição corporativa podem ter problemas de sono devido ao uso de mídias sociais durante períodos de higiene do sono, o que, por sua vez, perturbaria suas rotinas de sono. Isso sugere que os usuários de mídias sociais permanecem em contato com seus grupos sociais online, independentemente de sua localização ou horário de uso (Fox e Moreland, 2015; Zhou, 2019). Esses usuários são continuamente expostos ao conteúdo de mídia social, permanecem atualizados e continuam a reunir informações publicadas pelos membros de seus grupos de mídia social. Essa coleta de informações seria principalmente passiva por natureza, o que colocamos como base de nossa caracterização de perseguição corporativa (Dhir et al., 2021), o que pode refletir tendências voyeurísticas (Doster, 2013; Mäntymäki e Islam, 2016) ou motivações orientadas à vigilância (Young et al., 2017).

Nós nos baseamos na TCS para sugerir que os indivíduos se envolvem em perseguição porque isso lhes dá oportunidades de buscar informações sobre colegas que parecem semelhantes (ou seja, adequados para se comparar) e que sua propensão a se envolver em comparação social é intrínseca, como sugerido pela TCS e estudiosos anteriores (Talwar et al., 2019). Assim, argumentamos que a motivação inerente dos indivíduos para se envolver em comparação social pode atuar como um estressor devido ao qual eles podem se envolver em perseguição. Aproveitamos os princípios da TUCI para apoiar nosso argumento e sustentamos que a perseguição pode ser um mecanismo

de enfrentamento para indivíduos que estão estressados por seu motivo de se envolver em comparação social.

Embora, até onde sabemos, a pesquisa existente não tenha examinado essa associação, nossa alegação é apoiada pela literatura anterior. Fox e Moreland (2015) descobriram que os indivíduos frequentemente comparavam as minúcias de suas vidas nas mídias sociais, como seu número de amigos, o que poderia resultar em insatisfação geral e ciúme. Além disso, pesquisas que investigam a influência das mídias sociais em relacionamentos românticos sugeriram uma associação potencial entre perseguição e comparação social negativa. Frampton e Fox (2018) e Fox e Moreland (2015), por sua vez, sugeriram que indivíduos em um relacionamento romântico podem frequentemente se envolver em comparação social com os ex-namorados de seus parceiros reunindo evidências preservadas digitalmente, como fotos, o que pode levá-los a experimentar ciúmes retroativos e dúvidas sobre si mesmos. Portanto, extraímos da literatura sobre mídias sociais (corporativas ou não) e relacionamentos (de amizade ou profissionais) para estudar se existem associações entre comparação social e perseguição em geral. Assim, levantamos a seguinte hipótese:

***H4. A comparação social está positivamente associada a perseguição corporativa no LinkedIn.***

## **2.7 Estresse pelo uso do LinkedIn**

Em um estudo recente, Stiff (2019) examinou duas dimensões relacionadas à vigilância do Facebook, primeiro para rastrear outros e segundo para investigar outros. O estudo descreveu o rastreamento como a verificação de perfis de usuários de redes sociais de forma recreativa para obter informações sobre eles. Essa definição está alinhada com nossa teorização de perseguição, que abrange dois aspectos: monitoramento e atualização (ver Tabela 1). Em um estudo recente, Dhir et al. (2021) também destacou que a perseguição nas redes sociais é uma forma passiva ou benigna de perseguição cibernética, confinada principalmente à verificação dos perfis de outras pessoas nas redes sociais. Embora esse comportamento reflita uma intrusão repetida dos perpetradores nas vidas de outras pessoas nas redes sociais, Dhir et al. (2021) sustentam que tal perseguição pode não ser sempre intencionalmente realizada por um usuário, mas pode ser uma consequência das facilidades da plataforma. O estudo argumenta ainda que tal perseguição pode criar uso compulsivo, o que, segundo estudiosos, resulta em estresse (Dhir et al., 2018).

Os acadêmicos sugeriram ainda que os indivíduos permanecem continuamente engajados com as mídias sociais para se manterem atualizados sobre o que os outros estão fazendo (Fox e Moreland, 2015), ou seja, para satisfazer sua motivação de vigilância (Young et al., 2017). Mäntymäki e Islam (2016) sugeriram que um indivíduo pode encontrar valor psicológico na obtenção de informações privadas sobre outros por meio de sites de redes sociais (por exemplo, por meio do voyeurismo). De acordo com o estudo, o voyeurismo pode influenciar positivamente o uso das mídias sociais e é uma gratificação significativa derivada desse comportamento. A literatura anterior sugeriu que a intensidade de uso de um indivíduo (Malik et al., 2020), a exposição excessiva ao conteúdo das mídias sociais e a sobrecarga de informações ou comunicação subsequentemente vivenciada podem resultar em estresse (Lin et al., 2020). Isso indica intuitivamente que a perseguição pode estar relacionada ao estresse, pois envolve a exposição repetida do usuário às informações das mídias sociais de outras pessoas (Dhir et al., 2021).

Argumentamos que a dependência dos indivíduos nas mídias sociais, especialmente durante o bloqueio da COVID-19, aumentou sua propensão a se envolver em perseguição, levando assim à sobrecarga de informações e, conseqüentemente, ao estresse. Aproveitamos o TUCI para sugerir que a perseguição pode, de fato, ser um mecanismo de enfrentamento para indivíduos que percebem um déficit em sua necessidade de interação social devido ao bloqueio imposto. Esses indivíduos podem compensar suas necessidades sociais percebidas não atendidas usando as mídias sociais excessivamente para obter informações sobre como os outros estão se saindo, o que causa sua experiência de estresse. Nossa suposição encontra suporte em estudos recentes. Islam et al. (2020) sugeriram que, durante o bloqueio, os indivíduos se envolveram em maior uso das mídias sociais para explorar novos conteúdos (ou seja, informações), o que pode levar ao estresse. Assim, argumentamos que os indivíduos que se envolvem em perseguição podem experimentar estresse, o que nos leva a propor a seguinte hipótese:

***H5. A perseguição corporativa está positivamente associada ao estresse no LinkedIn***

## **2.8 Comparação social no LinkedIn**

A comparação social foi conceituada em termos de orientação (tendência a se envolver em comparação) e direção (tendência a se comparar mais positiva ou negativamente com os outros; Faranda e Roberts, 2019). Comparar-se com os outros é uma tendência humana. De fato, Cramer et al. (2016) sugeriram que uma proporção significativa dos entrevistados do estudo (aproximadamente 70%) participou de comparação social no Facebook. Os acadêmicos estão cada vez mais estudando os impactos dessa tendência no bem-estar individual no contexto da mídia social (Dhir et al., 2018; Faranda e Roberts, 2019; Verduyn et al., 2020).

Enquanto a TCS postula que os indivíduos podem se envolver em formas de comparação ascendentes e descendentes, a pesquisa no contexto das mídias sociais sugeriu que os indivíduos tendem a se envolver mais em formas negativas de comparação social, o que pode levar à diminuição do bem-estar, por exemplo, por meio da depressão (Faranda e Roberts, 2019). Isso pode ser atribuído ao fato de que plataformas de mídia social como o Facebook oferecem aos seus usuários a oportunidade de se envolver em comunicação hiperpessoal (Song et al., 2019) e de apresentar uma versão idealizada ou otimizada de si mesmos (Cramer et al., 2016; Faranda e Roberts, 2019). Song et al. (2019) sugeriram que os indivíduos compartilhem conteúdo, como vídeos e fotografias, nas mídias sociais para mostrar eventos positivos e se apresentarem favoravelmente, o que pode levar outros a ver uma versão positivamente distorcida de suas vidas. Argumentamos, com base no TUCI, que essa avaliação distorcida da vida dos outros durante o processo de comparação social de um indivíduo pode atuar como uma emoção negativa ou estressor que induz um envolvimento excessivo no uso da mídia social para aliviar essa fonte de estresse.

Pode-se dizer que a intensidade e a frequência de uso fornecem aos usuários de mídia social maior acesso às apresentações de outros sobre seus idealizados, o que sugere que o aumento da comparação pode estar ligado ao estresse. Estudos anteriores também indicaram que a comparação social tem a capacidade de induzir estresse. Malik et al. (2020) descobriram que a comparação social está positivamente correlacionada com o estresse em relação aos aplicativos de mensagens móveis. Em outro estudo, Lim e Choi (2017) descobriram que a comparação social, como uma fonte de estresse decorrente do uso de mídia social, pode levar os usuários a experimentar exaustão emocional. Assim, em linha com estudos anteriores, propomos a seguinte hipótese:

## ***H6. A comparação social está positivamente associada ao estresse pelo uso do LinkedIn***

### **2.9 Variáveis mediadoras**

A literatura existente indicou que as associações de *FoMo* com experiências e comportamentos de mídia social também podem ser influenciadas por outras variáveis indiretamente, além de apoiar os efeitos diretos propostos. No entanto, até agora, a pesquisa examinando tais influências indiretas ou mediadoras para *FoMo*, como privação relativa individual (Xie et al., 2018) e risco percebido de privacidade de informações (Yin et al., 2015), tem sido limitada. Além disso, ainda menos estudos examinaram fatores que mediam especificamente a associação de *FoMo* com estresse. Por exemplo, o uso compulsivo foi determinado por Dhir et al. (2018) para mediar entre *FoMo* e estresse. Além disso, Wang (2021) sugeriu que a sobrecarga de informações e estados psicopatológicos como ansiedade e depressão também podem mediar entre as duas variáveis. Portanto, pretendemos estudar se, além de uma associação direta, a comparação social e a perseguição também atuam como mediadores para a relação de *FoMo* com estresse. Afirmamos que este exame adicionaria uma nova perspectiva sobre a interação entre os vários lados críticos dos fenômenos de mídia social e gerar insights mais matizados sobre os mecanismos subjacentes pelos quais um estado emocional negativo como o *FoMo* pode criar uma consequência tangível como o estresse.

Prevemos que tais caminhos de mediação existam porque os indivíduos podem permanecer continuamente conectados com a mídia social para aliviar o *FoMo* (Dhir et al., 2021). Durante esse tempo, eles também podem ser inatamente levados a se comparar com os outros, conforme sugerido pela TCS. Essa comparação, particularmente em sua forma ascendente, pode criar estados emocionais negativos, que, quando agravados pela quantidade de informações que esses usuários processam, podem se traduzir em estresse. Assim, acreditamos que a comparação social pode mediar a associação do *FoMo* com o estresse.

A tendência de se envolver em comparação social foi estudada como um mediador em estudos anteriores de mídia social. Rozgonjuk et al. (2019) argumentaram que indivíduos com tendência a se envolver em comparação social (ou seja, orientação de comparação social) usam passivamente a mídia social para coletar informações. O estudo deles descobriu que a orientação de comparação social mediava a associação entre neuroticismo e uso passivo do Facebook. Da mesma forma, Reer et al. (2019) determinaram que a orientação de comparação social mediava a associação de *FoMo* com bem-estar psicológico e sugeriram que há uma lacuna na compreensão de como os comportamentos de comparação impactam o *FoMo*. Em linha com estudos anteriores, postulamos que a comparação social, como mediadora, poderia explicar o mecanismo de efeito pelo qual o *FoMo* poderia levar ao estresse. Assim, propomos a seguinte hipótese:

## ***H7. A comparação social media a associação entre FoMo e o estresse pelo uso do LinkedIn***

Aproveitamos o TUCI para propor que os indivíduos podem ser altamente motivados a perseguir os perfis de mídia social de outras pessoas para lidar com ou aliviar o *FoMo* e se tranquilizar sobre permanecer continuamente atualizados sobre atualizações de status e mensagens recebidas, etc. Argumentamos intuitivamente que a quantidade de informações às quais esses indivíduos movidos pelo *FoMo* seriam continuamente expostos durante a perseguição também influenciaria indiretamente seu estresse

experimentado. Assim, levantamos a hipótese de que a perseguição corporativa no *LinkedIn* media a associação entre *FoMo* e estresse.

No entanto, baseamos nossa hipótese na literatura existente sobre *cyberstalking* que indicou que o *cyberstalking* media a associação de traços de personalidade preocupante (por exemplo, maquiavelismo) com o uso problemático de mídia social (Kircaburun et al., 2018). Além disso, Navarro et al. (2016) determinaram que o *cyberstalking* estava associado ao vício em internet. Além disso, Dhir et al. (2021) determinaram uma forte associação positiva entre perseguição e uso compulsivo. Isso sugere intuitivamente que a perseguição corporativa poderia potencialmente explicar a associação do uso de mídia social com fenômenos desviantes ou problemáticos associados a esse uso compulsivo, incluindo *FoMo* e estresse. No entanto, até onde sabemos, não há evidências a priori para essa associação, pois a perseguição em mídia social é um fenômeno nascente (Dhir et al., 2021; Kaur et al., 2020a). Assim, propomos a seguinte hipótese:

***H<sub>8</sub>. A perseguição corporativa no LinkedIn media a associação entre FoMo e estresse***

Nós nos concentramos apenas nessas duas variáveis como mediadores para entender melhor a interação entre as variáveis incluídas na estrutura de pesquisa proposta, já que pesquisas anteriores sugeriram a presença de uma associação cíclica entre o lado preocupante dos fenômenos de mídia social (Verduyn et al., 2020). Acreditamos que nosso exame desses fenômenos pode confirmar se tais associações cíclicas existem, nas quais um fenômeno pode exacerbar a experiência de um indivíduo com outro.

## **2.10 Variáveis moderadoras**

Motivos individuais (Satici e Uysal, 2015), comportamentos de uso (por exemplo, a frequência de postagem de atualizações em mídias sociais; Fioravanti e Casale, 2020) e metacognições (Marino et al., 2016) influenciam comportamentos problemáticos de uso de mídias sociais. Reich et al. (2018) sugeriram que postar um status de mídia social estava ligado a ameaças percebidas em termos de autoestima e pertencimento. Cramer et al. (2016), enquanto isso, determinou que as respostas afetivas dos indivíduos diferiam de acordo com seus motivos para comparação social, que por sua vez eram contingentes à autoestima dos indivíduos. Kircaburun et al. (2020) descobriram que motivos específicos, como se apresentar para parecer mais popular e passar o tempo, podem induzir o uso problemático da mídia social, o que, por sua vez, foi associado à diminuição do bem-estar (Hussain e Griffiths, 2019). Afirmamos que as expectativas e a frequência da criação e/ou compartilhamento de conteúdo de mídia social de um usuário podem influenciar o lado sombrio dos fenômenos da mídia social, especialmente o *FoMo*, e ter um efeito decrescente no bem-estar também. Assim, examinamos o efeito de moderação da inveja da mídia social e a frequência de postagem de atualizações de status nas associações do *FoMo* com estresse, comparação social e perseguição corporativa.

## **2.11 Frequência de postagem de atualizações de status no LinkedIn**

Atualizações de status permitem que usuários de mídias sociais criem conteúdo e se comuniquem com outras pessoas por meio de diálogos leves ou pesados (Deters e Mehl, 2013; Fioravanti e Casale, 2020). Fioravanti e Casale (2020) consideraram a postagem de atualizações de status como um aspecto da autoapresentação ativa on-line que está correlacionada com o vício em mídias sociais. De acordo com Deters e Mehl (2013), postar atualizações de status em mídias sociais pode afetar a conexão social

percebida dos indivíduos com os outros. Isso, por sua vez, pode concebivelmente diminuir a solidão que tais indivíduos podem experimentar (Deters e Mehl, 2013; Tokunaga e Quick, 2018). Assim, a frequência de postagem de atualizações de status pode ajudar os indivíduos a compensar a emoção negativa (solidão), conforme sugerido pelo TUCI. De fato, a frequência de status que um usuário publica nas mídias sociais pode ser usada para entender seus estados psicológicos (Tokunaga e Quick, 2018). Como os fenômenos que estamos estudando também se relacionam com deficiências nos estados psicológicos dos usuários de mídias sociais (por exemplo, *FoMo* está ligado à necessidade de pertencer), acreditamos que seria benéfico explorar se a frequência de atualizações de status tem algum efeito moderador nas associações examinadas. Assim, a seguinte hipótese é proposta:

***H<sub>9</sub> A frequência de atualizações de status ou postagens no LinkedIn modera a associação de FoMo com (a) estresse, (b) perseguição corporativa e (c) comparação social online, de modo que o efeito é mais forte para indivíduos que publicam atualizações de status ou conquistas com mais frequência***

### **2.12 Inveja no LinkedIn**

Estudos precedentes exploraram o papel da inveja em influenciar o comportamento nas mídias sociais e explicaram sua ligação com o lado obscuro dos fenômenos das mídias sociais (por exemplo, *FoMo*; Varga, 2016). Latif et al. (2021) descobriram que a inveja (maliciosa e benigna) está significativamente associada à comparação social. Da mesma forma, Yin et al. (2019) descobriram que a inveja media a associação entre o vício em mídias sociais e o *FoMo*. Além disso, Tromholt (2016) sugeriu que indivíduos com níveis médios-altos de inveja experimentariam mais benefícios ao abandonar o Facebook em termos de bem-estar. Isso indica que a inveja induzida pelo uso das mídias sociais pode influenciar a experiência e o nível de estresse que um usuário de mídia social experimenta. Examinamos o papel moderador da inveja e testamos a seguinte hipótese:

***H<sub>10</sub> A inveja no LinkedIn moderaria a associação de FoMo com (a) estresse, (b) perseguição corporativa nas mídias sociais e (c) comparação social online, de modo que o efeito é mais forte para indivíduos que têm maior inveja***

## **3 PLATAFORMA METODOLÓGICA**

### **3.1 Seleção Amostral**

Um total de 702 usuários do *LinkedIn* foram recrutados por meio de uma pesquisa criada no *Google Forms* entre os meses janeiro e outubro de 2024. Os participantes foram informados sobre a natureza puramente acadêmica do estudo e garantidos o anonimato de suas respostas. Os entrevistados escolheram responder às perguntas voluntariamente, e uma compensação financeira foi oferecida por suas respostas. 80 respostas foram excluídas durante o processo de limpeza de dados devido a respostas ausentes ou incompletas, o que significa que 622 respostas completas foram levadas adiante para análise de dados por meio de modelagem de equações estruturais (SEM). Dos entrevistados, 55,4% eram mulheres. Os participantes tinham entre 18 e 55 anos.

### **3.2 Métodos de análise dos dados**

Adaptamos escalas pré-validadas para desenvolver o questionário. Os itens da escala e as fontes das escalas adaptadas são detalhados na Tabela 2 a seguir. A inveja da

mídia social foi medida pela adaptação de nove itens de escalas pré-existentes usadas por Charoensukmongkol (2018) e Tandoc et al. (2015).

**Tabela 2. Cargas fatoriais para o modelo de medição**

Suporte	Itens do Questionário	CFA	SEM
Perseguição Social (Dhir et al., 2021)	Eu costumo verificar os perfis de outras pessoas no <i>LinkedIn</i> para ver o que elas estão fazendo profissionalmente	0,82	0,82
	Tento monitorar outras pessoas por meio de seus perfis no <i>LinkedIn</i>	0,77	0,77
	Passo a maior parte do meu tempo no <i>LinkedIn</i> olhando os perfis dos outros	0,66	0,66
	Se meus contatos profissionais ficam muito tempo sem postar algo, costumo verificar diretamente seus perfis no <i>LinkedIn</i> para ver o que eles estão fazendo	0,74	0,74
	Coleta muitas informações sobre as atividades e amizades das minhas conexões no <i>LinkedIn</i> e adiciono pessoas na minha rede que sequer conheço	0,65	0,65
	Tento acompanhar algumas das atividades das minhas conexões por meio de suas atualizações no <i>LinkedIn</i>	0,69	0,69
Comparação social online (Gibbons e Buunk, 1999; Steers et al., 2014; Reer et al., 2019; Latif et al., 2021)	Quando estou no <i>LinkedIn</i> , costumo me comparar com os outros, em termos de trabalho e formação	0,91	0,91
	Quando estou no <i>LinkedIn</i> , sempre presto atenção em como faço as coisas em comparação com os outros	0,76	0,78
	Quando estou no <i>LinkedIn</i> , costumo verificar como estou me saindo profissionalmente em comparação com os outros e sinto inveja das pessoas que sequer conheço	0,81	0,81
	Quando estou no <i>LinkedIn</i> , costumo comparar minhas próprias realizações com as dos outros e sempre acho que devo interagir para ser notado por alguém	0,89	0,89
	Quando estou no <i>LinkedIn</i> , comparo minha situação de vida com a de outras pessoas e quando não gosto de uma pessoa, costumo não interagir mesmo a postagem sendo boa	0,84	0,85
Medo de ficar de fora (Przybylski et al., 2013)	Temo que outros tenham experiências mais gratificantes do que eu no <i>LinkedIn</i>	0,86	0,85
	Receio que meus amigos tenham experiências mais gratificantes do que eu no <i>LinkedIn</i>	0,76	0,76
	Fico preocupado quando descubro que meus amigos estão em melhores condições profissionais do que eu	0,66	0,67
	Fico ansioso quando não sei o que meus amigos estão fazendo profissionalmente	0,66	0,66
	Fico incomodado quando perco a oportunidade de encontrar/interagir em postagens, mesmo não conhecendo o assunto ou a pessoa que escreveu o texto	0,70	0,70
Estresse nas redes sociais (Dhir et al., 2018; Islam et al., 2020; Whelan et al., 2020)	Muitas vezes fico estressado com a quantidade de informações disponíveis no <i>LinkedIn</i>	0,80	0,80
	Acho difícil relaxar depois de usar continuamente o <i>LinkedIn</i>	0,83	0,83
	Depois de uma sessão de uso no <i>LinkedIn</i> , sinto-me realmente cansado e estressado	0,87	0,87
	Devido ao uso do <i>LinkedIn</i> , sinto-me mentalmente exausto	0,72	0,71
	Depois de usar o <i>LinkedIn</i> , é preciso esforço para me concentrar no meu tempo livre	0,77	0,77
	Durante o uso do <i>LinkedIn</i> , muitas vezes me sinto muito cansado para realizar outras tarefas bem	0,78	0,78

**Fonte:** Do autor (2025).

**Nota:** SEM refere-se às cargas fatoriais do modelo estrutural, e CFA refere-se às cargas fatoriais do modelo de medição.

Os itens de amostra incluem "Não gosto que meus amigos tenham um emprego ou formação melhor do que no *LinkedIn*" e "Geralmente me sinto inferior e com inveja dos outros". A frequência de postagem de atualizações de status também foi medida por meio de uma única pergunta: "Com que frequência você tende a postar atualizações de status, conquistas ou ideias no *LinkedIn*?" (adaptado de Lin et al., 2018). Os itens foram medidos em uma escala *Likert* de cinco pontos que registrou respostas de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

A abordagem metodológica escolhida está alinhada com estudos anteriores neste campo (Dhir et al., 2021; Kaur et al., 2020b; Talwar et al., 2020a, b), bem como no campo abrangente de pesquisa de negócios e gestão (Rialti et al., 2019). O objetivo era entender a influência do *FoMo*, perseguição e comparação social no estresse. Como as hipóteses eram fortemente fundamentadas na teoria e como os dados atendiam aos requisitos para análise multivariada (ou seja, tamanho de amostra suficientemente grande, distribuição normal e ausência de multicolinearidade), o uso do SEM foi apropriado neste contexto, conforme discutido por estudos recentes (Talwar et al., 2020b; Kaur et al., 2020b). A validade e confiabilidade da escala e dos itens adotados para o contexto atual foram determinadas por meio de análise fatorial confirmatória (AFC) (Kline, 2015) e análise heterotraço-monotraço (HTMT) (Henseler et al., 2015).

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 Teste de normalidade

Antes do CFA, os dados foram examinados quanto à normalidade e multicolinearidade. Para examinar o efeito da multicolinearidade, fatores de inflação de variância (VIF) e valores de tolerância foram avaliados. Os valores de VIF foram encontrados abaixo de 5, e os valores de tolerância estavam acima de 0,10, confirmando a ausência de efeitos de multicolinearidade nos dados. Os dados foram distribuídos normalmente, e os valores de assimetria e curtose estavam dentro dos valores de limite prescritos.

Como todos os construtos das medidas do estudo foram medidos com o uso de itens autorrelatados, o teste de fator único de Harman (1976) foi aplicado para testar qualquer possível influência do viés do método padrão e os erros de medição subsequentes que ele pode causar. O fator único foi responsável por menos de 50% da variância (ou seja, 40,94%), o que sugere que o viés do método comum não foi um problema significativo no estudo atual (Podsakoff et al., 2003). Também utilizamos a abordagem de incluir uma variável de marcador comum (atitude azul) em linha com estudos anteriores (Bhutto et al., 2021) para identificar ainda mais problemas relacionados ao viés do método comum (Lindell e Whitney, 2001). A análise mostrou que a variável de marcador não compartilhou uma alta correlação com os principais construtos, indicando assim uma ausência de viés do método comum.

### 4.2 Confiabilidade e validade do modelo de mensuração

Os resultados sugerem que os itens da escala foram carregados satisfatoriamente em cada construto, pois os valores individuais de cada item da escala foram maiores do que o valor limite recomendado de 0,6 (Hair et al., 2006). O modelo CFA mostrou um bom ajuste do modelo ( $\chi^2/df = 2,33$ , CFI = 0,94, TLI = 0,93, RMSEA = 0,07).

Os resultados atingiram os valores limite padrão de 0,5 para a variância média extraída (VME) e 0,70 para a confiabilidade composta (CC), conforme proposto por Hair et al. (2011) (Tabela 3). As medidas do estudo foram consideradas confiáveis porque os valores de CC para cada medida estavam acima de 0,70 (Hair et al., 2011). Da mesma forma, as medidas do estudo atenderam aos critérios para determinar a validade

discriminante, pois o valor de correlação foi menor do que a raiz quadrada da VME para cada medida do estudo em qualquer par dado. Os valores individuais cruzaram o valor limite de 0,50 e ultrapassaram a Variância Máxima Compartilhada (VMC) e a Variância Média Compartilhada (VMC) associadas, conforme recomendado por Fornell e Larcker (1981). Além disso, a análise HTMT mostrou que todas as correlações entre as diferentes variáveis do estudo foram menores que o valor limite recomendado de 0,85, confirmando assim a validade discriminante (Henseler et al., 2015).

O modelo foi controlado para o potencial efeito de confusão da idade e do gênero, e os resultados mostram que tanto a idade ( $\beta = -0,16^*$ ) quanto o gênero ( $\beta = 0,23^{***}$ ) têm um efeito de confusão significativo no estresse.

### 4.3 Modelo estrutural

Após o CFA, a análise de caminho foi conduzida para testar o ajuste geral do modelo e as hipóteses propostas. Os resultados do teste de hipóteses mostraram que o modelo teve um bom ajuste ( $\chi^2/df = 2,42$ , CFI = 0,93, TLI = 0,92, RMSEA = 0,07) em comparação com os índices de ajuste de linha de base para este modelo.

**Tabela 3. Resultados da análise de validade e confiabilidade**

	Média	DP	CC	VME	VMC	VMC	FoMo	PER	EST	COM
<b>FoMo</b>	2,29	1,04	0,87	0,58	0,51	0,40	<b>0,76</b>			
<b>PER</b>	2,63	0,98	0,87	0,53	0,48	0,38	0,68	<b>0,73</b>		
<b>EST</b>	2,54	1,03	0,90	0,61	0,22	0,21	0,46	0,42	<b>0,78</b>	
<b>COM</b>	3,00	1,17	0,93	0,73	0,51	0,41	0,72	0,70	0,47	<b>0,86</b>

**Nota:** Comparação social online (COM), perseguição no *LinkedIn* (PER), medo de ficar de fora (*FoMo*), estresse nas mídias sociais (EST), confiabilidade composta (CC), variância média extraída (VME), variância máxima compartilhada (VMC), variância média compartilhada (VME), média (M), desvio padrão (DP), os valores diagonais em negrito representam as respectivas raízes quadradas da AVE, e os valores fora da diagonal representam correlações entre construtos.

Os valores de  $R^2$  gerados refletiram a previsibilidade do modelo de pesquisa proposto, enquanto os coeficientes de caminho indicaram a validade de cada hipótese (Tabela 4). Cinco hipóteses foram suportadas:  $H_1$  ( $\beta = 0,27^{**}$ ),  $H_2$  ( $\beta = 0,39^{***}$ ),  $H_3$  ( $\beta = 0,72^{***}$ ),  $H_4$  ( $\beta = 0,42^{***}$ ), e  $H_6$  ( $\beta = 0,18^*$ ), mas  $H_5$  ( $\beta = 0,06$ ) não foi suportada (ver Tabela 4). Além disso, o modelo de pesquisa explicou 55,5% da variância na perseguição, 51,5% da variância na comparação social e 30,7% da variância no estresse.

**Tabela 4. Resultados dos testes de hipóteses**

Hipóteses	Trilha	$\beta$	Sign.	Suportada
$H_1$	<i>FoMo</i> → EST	0,27	<0.01	Sim
$H_2$	<i>FoMo</i> → PER	0,39	<0.001	Sim
$H_3$	<i>FoMo</i> → COM	0,72	<0.001	Sim
$H_4$	COM → PER	0,42	<0.001	Sim
$H_5$	PER → EST	0,06	> 0.05	Não
$H_6$	COM → EST	0,18	<0.05	Sim

**Observação:** Comparação social online (COM), perseguição no *LinkedIn* (PER), medo de ficar de fora (*FoMo*), Estresse no *LinkedIn* (EST).

A análise de mediação foi conduzida e os resultados foram obtidos por *bootstrapping* 5.000 vezes. A análise pretendia examinar a influência mediadora da perseguição corporativa e da comparação social. Os resultados mostraram que a comparação social também mediou parcialmente a associação do FoMO com estresse virtual e perseguição corporativa.

#### 4.4 Discussões

Os resultados fornecem suporte para cinco hipóteses testando os efeitos diretos ( $H_1$ – $H_4$  e  $H_6$ ). O efeito direto da perseguição corporativa no estresse ( $H_5$ ), no entanto, não foi suportado pela análise. Além disso, a comparação social teve um efeito de mediação parcial na associação de *FoMO* com estresse ( $H_7$ ). Nossas descobertas também confirmaram que a inveja da mídia social moderou negativamente as associações de *FoMO* com comparação social ( $H_{10c}$ ). Além disso, os resultados indicam que gênero e idade tiveram um efeito de confusão no estresse. Os resultados lançam luz sobre as relações complexas entre *FoMO*, estresse, comparação social e perseguição corporativa, que se manifestam como o lado oculto do *LinkedIn*, bem como a associação de comportamento e motivos individuais com esses fenômenos. A tabela 5 a seguir apresenta os resultados da análise de mediação.

**Tabela 5. Resultados da análise de mediação**

<i>FoMO</i> → <i>PER/COM</i> → <i>EST</i>			
	$\beta$	TUCI	TCS
<i>FoMO</i> → <i>PER</i>	0,56	0,4795	0,6399
<i>FoMO</i> → <i>COM</i>	0,73	0,6379	0,8249
<i>FoMO</i> → <i>EST</i>	0,20	0,0682	0,3369
<i>PER</i> → <i>EST</i>	0,11	−0,0382	0,2509
<i>COM</i> → <i>EST</i>	0,21	0,0844	0,3322
<b>Efeito total <i>FoMO</i> → <i>EST</i></b>	<b>0,41</b>	<b>0,3155</b>	<b>0,5133</b>
<i>FoMO</i> → <i>COM</i> → <i>PER</i>	0,73	0,6378	0,8249
<i>FoMO</i> → <i>COM</i>	0,31	0,2084	0,4021
<i>FoMO</i> → <i>PER</i>	0,35	0,2616	0,4344
<b>Efeito total <i>FoMO</i> → <i>PER</i> → <i>COM</i></b>	<b>0,56</b>	<b>0,4795</b>	<b>0,6399</b>
<i>COM</i> → <i>SMS</i>	0,53	0,4564	0,5949
<i>COM</i> → <i>EST</i>	0,29	0,1753	0,4018
<i>PER</i> → <i>EST</i>	0,18	0,0397	0,3161
<b>Efeito total <i>FoMO</i> → <i>EST</i></b>	<b>0,38</b>	<b>0,2945</b>	<b>0,4696</b>

**Observação:** Comparação social online (*COM*), perseguição nas redes sociais (*PER*), medo de ficar de fora (*FoMO*), estresse no *LinkedIn* (*EST*).

Em primeiro lugar, os resultados confirmam que o *FoMO* tem uma associação significativa com estresse, comparação social e perseguição, conforme proposto por  $H_1$ – $H_3$ . O suporte para  $H_1$ – $H_3$  implica que os usuários de mídia social que temem que seus amigos e conhecidos tenham experiências comparativamente mais gratificantes nas mídias sociais sofrem de uma sensação constante de ansiedade se não estiverem cientes do que seus amigos estão fazendo nas mídias sociais. Além disso, eles são mais propensos a se sentirem frequentemente sobrecarregados e tensos devido à grande quantidade de informações disponíveis nas mídias sociais. Esses usuários que exibem *FoMO* também são mais propensos a passar a maior parte do tempo verificando e monitorando os perfis do *LinkedIn* de outros para ver o que eles estão fazendo.

Além disso, os usuários do *LinkedIn* com um alto nível de *FoMO* também são propensos a mostrar mais tendências a se comparar com outros nas mídias sociais em termos de posição social, realização e situação na vida. No geral, o suporte para  $H_1$  a  $H_3$  está alinhado com aqueles de pesquisas anteriores que vinculam o *FoMO* a outras consequências negativas do uso problemático de mídia social e ao lado sombrio da mídia social. Por exemplo, Malik et al. (2020) relataram que o *FoMO* previu o estresse resultante do uso de aplicativos de mensagens móveis como o *WhatsApp*. Nossas descobertas sobre a associação entre *FoMO* e perseguição apoiam aquelas de estudos anteriores que afirmam que os indivíduos podem passar mais tempo coletando informações recreativamente nos perfis de outras pessoas navegando ou seguindo

conteúdo compartilhado no *LinkedIn* (Fioravanti e Casale, 2020; Stiff, 2019). Na verdade, nossos resultados confirmam que o *FoMO* pode atuar como um motivador (Doster, 2013) e fazer com que os usuários do *LinkedIn* passem mais tempo envolvidos em vigilância passiva (ou seja, perseguição de mídia). A associação significativa do *FoMO* com a comparação social apoia as descobertas de Buglass et al. (2017), que descobriram que os usuários eram mais vulneráveis aos efeitos negativos em seu bem-estar devido à maneira como interagem nas plataformas de mídia social.

Além disso, os resultados da análise estatística apoiaram  $H_4$ , confirmando uma associação positiva significativa entre perseguição e comparação social. Essa descoberta indica que os usuários se envolvem em comparações sociais mesmo quando monitoram passivamente outros usuários do *LinkedIn* e navegam recreativamente pelo conteúdo compartilhado por outros, conforme postulado por Fox e Moreland (2015). Para elaborar mais, os usuários de mídia social que passam a maior parte do tempo olhando os perfis dos outros, rastreando as atividades de seus amigos e, geralmente, coletando mais informações sobre suas conexões exibirão uma maior propensão a comparar vários aspectos de suas vidas com os outros, além de despertar um sentimento de inveja pelas conquistas alheias.

Além disso,  $H_5$  não foi apoiada pelos resultados, indicando que a perseguição não está significativamente associada ao estresse. Embora esta seja uma descoberta surpreendente, atribuímos isso ao fato de que a perseguição corporativa pode ser uma maneira de evitar o *FoMO* e a frustração associada por não conseguir acompanhar o que suas conexões profissionais estão fazendo (Wiesner, 2017). Assim, envolver-se em perseguição pode atuar como um mecanismo de enfrentamento ou alívio, o que não se traduz em estresse. No entanto, esta pode ser uma descoberta específica do contexto, e mais pesquisas são necessárias antes que esta descoberta possa ser generalizada. Além disso, encontramos suporte para  $H_6$ , confirmando que a comparação social está significativamente associada ao estresse. As descobertas estão alinhadas com os estudos de Talwar et al. (2019) e Malik et al. (2020), que também descobriram que a comparação social é um antecedente do estresse. Este resultado implica que os usuários do *LinkedIn* que tendem a se envolver em comparação enquanto navegam nos perfis profissionais de outras pessoas para saber sobre suas atividades podem experimentar sentimentos negativos ou ficar tensos e sobrecarregados com as informações disponíveis. Esta é uma descoberta importante que indica que a comparação social pode resultar em consequências negativas, como o estresse.

Avaliando o quadro completo, ou seja, a associação positiva de *FoMO* com perseguição e comparação social, e a associação positiva de comparação social com estresse, podemos afirmar que nossas descobertas concordam com estudos anteriores que postulam que a associação do uso de mídia social, comportamentos on-line e efeitos negativos com bem-estar pode ser de natureza cíclica (Buglass et al., 2017; Verduyn et al., 2020). Assim, argumentamos que pode haver um "efeito de amplificação" que faz com que um usuário do *LinkedIn* que vivencia um fenômeno negativo como *FoMO* seja mais propenso a vivenciar formas mais elevadas de outros fenômenos desviantes associados ao lado oculto da mídia social, como estresse e frequência de perseguição de suas próprias postagens (ou seja, conteúdo compartilhado). No entanto, um estudo mais aprofundado dessas associações é necessário antes que quaisquer generalizações possam ser feitas.

Em seguida,  $H_{10a-b}$ , examinando o efeito de moderação da inveja da mídia social na associação de *FoMO* com estresse e perseguição, permanece estatisticamente sem suporte. A ausência de um efeito de moderação significativo da inveja da mídia social para a associação entre *FoMO* e estresse ( $H_{10a}$ ) é uma descoberta surpreendente, uma vez

que emoções negativas e inveja foram previamente associadas a resultados negativos, como depressão (Tandoc et al., 2015) e diminuição do bem-estar (Zhou e Zhang, 2019) no contexto do uso do *LinkedIn*. Atribuímos essa descoberta inesperada à especificidade do contexto da amostra, em linha com estudos anteriores que indicam que o conceito de inveja pode evoluir em diferentes configurações de mídia social (Wu e Srite, 2021). Além disso, uma razão potencial pela qual a inveja da mídia social não teve efeito moderador na associação de *FoMO* com perseguição ( $H_{10b}$ ) pode ser que a perseguição na mídia social é passiva por natureza e considerada principalmente pelos acadêmicos como recreativa. Assim, indivíduos que se envolvem em tal perseguição podem não ser propensos a sentir inveja devido à revisão passiva do conteúdo compartilhado por outros no *LinkedIn*. No entanto, até onde sabemos, não há evidências a priori para essas associações (ou seja,  $H_{10a-b}$ ), e pesquisas adicionais são necessárias antes que possamos tirar quaisquer conclusões.

Em comparação, os resultados confirmam o efeito de moderação negativa da inveja do *LinkedIn* na associação de *FoMO* e comparação social, refutando assim  $H_{10c}$ . Os resultados sugerem que a associação de *FoMO* com comparação social é menor para indivíduos com maior inveja relatada do *LinkedIn* do que para aqueles com baixa inveja da mídia social. Esta é uma descoberta inesperada, pois antecipamos um efeito moderador positivo nessa associação. Acreditamos que esse efeito de moderação negativa pode ser atribuído ao fato de que esses indivíduos, que experimentam níveis mais altos de inveja ao navegar em plataformas de mídia social, podem estar ansiosos por perder curtidas ou recompensas sociais, empregos, visibilidade no *LinkedIn* (Rosenthal-von der Pütten et al., 2019) para suas postagens em comparação com o conteúdo compartilhado de outras pessoas. Posteriormente, esses indivíduos podem tender a se envolver em menos uso de mídia social e comparação social impulsionados por *FoMO* para evitar essa ansiedade. Entretanto, devido à escassez de evidências a priori para essa associação, mais pesquisas são necessárias antes que quaisquer conclusões possam ser tiradas com base em nossas descobertas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dadas as crescentes preocupações sobre a difusão das mídias sociais e suas influências negativas nas vidas dos internautas digitais, nosso estudo faz contribuições valiosas para a literatura sobre o lado crítico e preocupante do uso do *LinkedIn*. Levantamos e respondemos três perguntas de pesquisa por meio de dez hipóteses para aumentar a compreensão de como o *FoMo*, a perseguição corporativa e a comparação social influenciam o estresse. Também encontramos evidências que apoiam o efeito de mediação parcial da comparação social, bem como apoio parcial para o efeito moderador da inveja pelo uso do *LinkedIn*. As descobertas do estudo, portanto, oferecem implicações importantes para a teoria e a prática.

O presente estudo faz cinco contribuições teóricas para aumentar a literatura existente relacionada ao lado crítico do uso da mídia social. Primeiro, o uso das lentes teóricas duplas de TUCI e TCS avança uma estrutura teórica para examinar o lado crítico da mídia social e seus comportamentos desviantes relacionados. Exploramos os caminhos que explicam melhor como o uso da mídia social pode se tornar problemático e se manifestar por meio de consequências negativas, como *FoMo* e estresse. Além de esclarecer as associações diretas entre as variáveis do estudo, nosso estudo também traz à tona o mecanismo mais complexo subjacente à interação e associação entre essas variáveis do lado crítico, confirmando alguns dos efeitos de moderação e mediação. Consequentemente, ele ressalta a necessidade de ir além das associações esperadas para explorar o efeito potencial de terceiras variáveis.

Em segundo lugar, nossas descobertas avançam o conhecimento atual sobre *FoMo*, que foi investigado principalmente como uma influência indireta (por exemplo, um mediador) na pesquisa anterior (Beyens et al., 2016; Buglass et al., 2017). Nossas descobertas, portanto, ressaltam a necessidade de focar a atenção no efeito antecedente do *FoMo* em outros comportamentos desviantes de mídia social. Além disso, nossas descobertas confirmam a existência de variáveis que têm efeitos indiretos na associação do *FoMo* com a variável de resultado, destacando assim a necessidade de explorar outras variáveis, como a tendência de se envolver em fofocas ou compartilhar notícias falsas (Talwar et al., 2019), que podem mediar a associação do *FoMo* e suas consequências.

Terceiro, nosso estudo confirma que a existência de uma associação prejudicial do uso problemático de mídia social com o bem-estar (psicológico e fisiológico) é cíclica (Buglass et al., 2017). No entanto, a possível especificidade de contexto dessas descobertas também implica que um exame mais teoricamente fundamentado e matizado dos fenômenos variados associados ao lado crítico do uso do *LinkedIn* é necessário. Assim, o uso de outras teorias seminais e contemporâneas, como a teoria dos aspectos sociais (Ngai et al., 2015), a teoria do comportamento problemático (Jessor e Jessor, 1977) e as perspectivas psicodinâmicas no tratamento de transtornos de dependência (Khantzian, 2012), poderia avançar significativamente o conhecimento existente.

Quarto, nosso estudo avança o conhecimento sobre os antecedentes do estresse, que é um lado crítico relativamente pouco investigado do fenômeno da mídia social. Embora a ligação entre *FoMo* e estresse tenha sido postulada por estudiosos anteriores (Bright e Logan, 2018; Dhir et al., 2018; Logan et al., 2018), apenas um número limitado de estudos se concentrou em entender a relação entre os dois (Dhir et al., 2018). Nosso estudo contribui para o conhecimento existente ao examinar essa relação e focar a atenção em dois fenômenos (comparação social e perseguição corporativa), que postulamos serem impulsionados pelo *FoMo*, em que a comparação social também exerce influência como um impulsionador do estresse. Além disso, nossos resultados destacam a necessidade de estudar outros fenômenos psicossociais, atividades de uso e emoções negativas relacionadas ao uso excessivo ou problemático de mídia social como antecedentes potenciais adicionais. O exame de tais variáveis pode gerar uma compreensão mais granular de como e por que o estresse ocorre entre os usuários de mídia social.

Por fim, nossas descobertas confirmam que o *FoMo* e a comparação social são estressores que encorajam os indivíduos a se envolverem em maior uso de mídia social, conforme sugerido pelo TUCI, o que subsequentemente induz o estresse. Em consideração adicional ao TUCI, que postula que o uso excessivo de mídia social pode ser um mecanismo compensatório para lidar com estressores, nossas descobertas levantam a necessidade de imperativamente contabilizar outras gratificações que podem atuar como estressores, por exemplo, exposição à desinformação (Islam et al., 2020) e compartilhamento de notícias falsas (Talwar et al., 2019). Além disso, também sugerimos a necessidade de focar mais atenção em emoções, como felicidade subjetiva, raiva e ciúme, como potenciais preditores de *FoMo* e estresse. Afirmamos que tais emoções e gratificações derivadas do *LinkedIn* também podem influenciar significativamente o estresse e outros lados críticos dos fenômenos de mídias sociais. Em particular, uma vez que as emoções podem ser estressores contextuais, estudá-las junto com gratificações e outros traços individuais, como personalidade, pode oferecer insights mais profundos sobre como as mídias sociais causam consequências negativas para seus usuários.

Nosso estudo também tem quatro implicações significativas para as partes interessadas, como provedores de serviços de mídia social e profissionais. Primeiro, embora tenhamos descoberto que a perseguição corporativa, um comportamento de uso passivo, não está relacionado ao estresse em nosso estudo, nossa descoberta pode ser

devido à especificidade do contexto de nossa amostra e ao escopo geográfico do estudo, ou seja, o Brasil. Portanto, com base na literatura anterior, sugerimos a necessidade de os provedores de serviços combaterem o uso passivo de mídia social com avisos e lembretes para encorajar interações ativas nessas plataformas. Por exemplo, os usuários podem ser solicitados a curtir ou comentar postagens ou fotos revisadas recentemente, o que ocorre no LinkedIn com os dizeres “*a publicação de um usuário está em alta*”. Os usuários também podem receber “verificações ou avisos de bem-estar” para informá-los e lembrá-los sobre gastar tempo excessivo (por exemplo, mais de 3 horas) no *LinkedIn*. Tais estímulos para uso ativo e equilibrado das mídias sociais poderiam potencialmente desencorajar a perseguição passiva (e o engajamento quase inerente em comparações sociais que ele produz) e, em vez disso, direcionar a atenção dos usuários para atividades de criação ou consumo de conteúdo mais produtivas. Isso teria conotações positivas para os provedores de serviços, já que o estresse foi previamente associado a potencial descontinuação do uso (Logan et al., 2018).

Em segundo lugar, as descobertas implicam que os provedores de serviços poderiam considerar fornecer a um indivíduo atualizações diárias de eventos recentes conectados a seus amigos nas mídias sociais e outros usuários cujos perfis são frequentemente visitados ao fazer login ou visitar a plataforma após um período prolongado de tempo (por exemplo, após 12 h). Isso poderia reduzir a experiência dos indivíduos de *FoMo*, reduzindo a ansiedade sobre perder eventos ou atualizações importantes em seus grupos sociais digitais. Também permitiria que eles se atualizassem com a comunicação nas mídias sociais em seu lazer, possivelmente reduzindo também o estresse nas mídias sociais experimentada.

Terceiro, as descobertas implicam que esforços devem ser feitos para melhorar a conscientização de profissionais, recursos humanos e empresas em geral sobre a influência de fenômenos relacionados ao lado crítico do *LinkedIn*, especialmente fatores que afetam o estresse. Profissionais e empresas, bem como seus departamento de recursos humanos, devem se concentrar em encorajar os profissionais a serem conscientes de seu uso do *LinkedIn* e a participar de interações positivas nessas plataformas. Isso pode encorajar os usuários a evitar ou se desligar de comparações sociais negativas.

Finalmente, as descobertas implicam a necessidade de aumentar a conscientização geral sobre os efeitos negativos do LinkedIn em usuários que estejam ou não empregados, que desejem ou não mudar de seus empregos. Isso é particularmente atual porque, devido à pandemia da COVID-19, as pessoas se tornaram cada vez mais dependentes do *LinkedIn* para diversos propósitos, incluindo autopromoção, entretenimento, busca de novas oportunidades, necessidade de ser lembrado (Islam et al., 2020) e troca de informações (Naeem, 2020).

O estudo é limitado por algumas considerações primárias. Primeiro, usamos dados autorrelatados coletados de um único país, o que limita a aplicabilidade generalizada das descobertas. Em estudos futuros, nossa estrutura pode ser replicada em diferentes países e amostras sociodemográficas diversas para obter insights mais generalizáveis sobre as associações examinadas. Segundo, o estudo empregou uma metodologia transversal, o que torna os resultados vulneráveis a seus vieses inerentes. Estudos futuros podem contar com pesquisas longitudinais e observacionais para abordar tais vieses e estudar a interação entre essas variáveis, ao mesmo tempo em que consideram o efeito da temporalidade. Terceiro, a amostra foi enviesada para respondentes do sexo feminino e pode ser menos representativa da perspectiva masculina. Incentivamos futuros acadêmicos a estudar mais amostras predominantemente masculinas e, em particular, explorar as diferenças específicas de gênero nas associações examinadas. Estudos futuros também podem incluir outras variáveis moderadoras e/ou mediadoras potenciais, como

ansiedade de interação social, atenção plena ou traços de personalidade preocupantes, na estrutura também para avançar as descobertas atuais.

Finalmente, o estudo focou em explorar o uso do *LinkedIn* e refletiu a perspectiva geral de seus usuários. Assim, as descobertas podem não ser generalizáveis para plataformas específicas de interações majoritariamente sociais, como o *X* (antigo *Twitter*) *Instagram* ou *Facebook*. Futuras pesquisas poderiam testar nossa estrutura especificamente no contexto de plataformas de mídia social populares, como a literatura anterior indicou diferenças entre plataformas nas experiências de usuários de mídia social (Rozgonjuk et al., 2020). As pesquisas também poderiam investigar como o tipo de conteúdo compartilhado em diferentes plataformas (por exemplo, fotos no *Instagram* ou emojis em outras redes sociais) afeta a experiência dos usuários. Para esse propósito, os acadêmicos podem considerar o uso de ensaios clínicos randomizados (RCTs) e modelos de design experiencial (Huarng et al., 2020) para obter insights mais generalizáveis. Esses avanços baseados em métodos podem ajudar a estabelecer uma relação causal entre as variáveis testadas. Pesquisas futuras poderiam também testar o efeito de fatores sociodemográficos, como educação e ocupação, nas associações para entender se elas influenciam a experiência individual do lado crítico do uso do *LinkedIn*.

## REFERÊNCIAS

- Appel, M., Krisch, N., Stein, J.P., Weber, S., 2019. Smartphone zombies! Pedestrians' distracted walking as a function of their fear of missing out. *J. Environ. Psychol.* 63 (September 2018), 130–133.
- Begotti, T., Maran, D.A., 2019. Characteristics of cyberstalking behavior, consequences, and coping strategies: a cross-sectional study in a sample of Italian university students. *Future Internet* 11 (0), 1–11.
- Beyens, I., Frison, E., Eggermont, S., 2016. I don't want to miss a thing": adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Comput. Hum. Behav.* 64, 1–8.
- Bright, L.F., Logan, K., 2018. Is my fear of missing out (*FOMO*) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Res.* 28 (5), 1213–1227.
- Bhutto, T.A., Farooq, R., Talwar, S., Awan, U., Dhir, A., 2021. Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement. *J. Sustain. Tour.* 1–22.
- Buglass, S.L., Binder, J.F., Betts, L.R., Underwood, J.D.M., 2017. Motivators of online vulnerability: the impact of social network site use and *FOMO*. *Comput. Hum. Behav.* 66, 248–255.
- Chai, H.Y., Niu, G.F., Lian, S.L., Chu, X.W., Liu, S., Sun, X.J., 2019. Why social network site use fails to promote well-being? The roles of social overload and fear of missing out. *Comput. Hum. Behav.* 100 (May), 85–92.
- Charoensukmongkol, P., 2018. The impact of social media on social comparison and envy in teenagers: the moderating role of the parent comparing children and in- group competition among friends. *J. Child Fam. Stud.* 27 (1), 69–79.
- Cramer, E.M., Song, H., Drent, A.M., 2016. Social comparison on Facebook: motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Comput. Hum. Behav.* 64, 739–746.
- Deters, F.G., Mehl, M.R., 2013. Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Soc. Psychol. Personal. Sci.* 4 (5), 579–586.

- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., Pallesen, S., 2019. Antecedents and consequences of social media fatigue. *Int. J. Inf. Manag.* 48 (April 2018), 193–202.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S., Islam, A.K.M.N, 2021. The dark side of social media: stalking, online self-disclosure, and problematic sleep. *Int. J. Consum. Stud.* 1–30.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., Chen, S., 2018. Online social media fatigue and psychological wellbeing—a study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *Int. J. Inf. Manag.*
- Doster, L., 2013. Fear of missing out: is voyeurism the real motive behind teen consumption of social media? *E Eur. Adv. Consum. Res.* 10, 146–147.
- Elhai, J.D., Yang, H., Fang, J., Bai, X., Hall, B.J., 2020. Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: fear of missing out as a mediator. *Addict. Behav.* 101.
- Elhai, J.D., Hall, B.J., Levine, J.C., Dvorak, R.D., 2017. Types of smartphone usage and relations with problematic smartphone behaviors: the role of content consumption vs. social smartphone use. *Cyberpsychology* 11 (2).
- Faranda, M., Roberts, L.D., 2019. Social comparisons on Facebook and offline: the relationship to depressive symptoms. *Pers. Individ. Differ.* 141 (2018), 13–17.
- Festinger, L., 1954. A theory of social comparison processes. *Hum. Relat.* 7 (2), 117–140.
- Fioravanti, G., Casale, S., 2020. The active and passive use of Facebook: measurement and association with Facebook addiction. *J. Psychopathol.* 26 (2), 176–182.
- Fornell, C., Larcker, D.F., 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *J. Mark. Res.* 18 (1), 39–50.
- Fox, J., Moreland, J.J., 2015. The dark side of social networking sites: an exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Comput. Hum. Behav.* 45, 168–176.
- Frampton, J.R., Fox, J., 2018. Social media's role in romantic partners' retroactive jealousy: social comparison, uncertainty, and information seeking. *Soc. Media Soc.* 4 (3), 1–12.
- Fuchs, C., Trottier, D., 2015. Towards a theoretical model of social media surveillance in contemporary society. *Commun. Eur. J. Commun. Res.* 40 (1), 113–135.
- Gibbons, F.X., Buunk, B.P., 1999. Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *J. Pers. Soc. Psychol.* 76 (1), 129.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., Sarstedt, M., 2011. PLS-SEM: indeed a silver bullet. *J. Mark. Theory Pract.* 19 (2), 139–152.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., 2006. *Multivariate Data Analysis*, 6th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Harman, H.H., 1976. *Modern Factor Analysis*. University of Chicago Press, Chicago.
- Henseler, J., Ringle, C.M., Sarstedt, M., 2015. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *J. Acad. Mark. Sci.* 43 (1), 115–135.
- Holmgren, H.G., Coyne, S.M., 2017. Can't stop scrolling!: pathological use of social networking sites in emerging adulthood. *Addict. Res. Theory* 25 (5), 375–382.
- Huang, K.H., Bresciani, S., Ferraris, A., 2020. Experiential interaction design model. *J. Bus. Res.* 118, 486–490.
- Hussain, Z., Griffiths, M.D., 2019. The associations between problematic social networking site use and sleep quality, attention-deficit hyperactivity disorder, depression, anxiety and stress. *Int. J. Ment. Health Addict.* n.a., 1–15.

- Islam, A.K.M.N., Laato, S., Talukder, S., Sutinen, E., 2020. Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: an affordance and cognitive load perspective. *Technol. Forecast. Soc. Change* 159, 120201.
- James, T.L., Lowry, P.B., Wallace, L., Warkentin, M., 2017. The effect of belongingness on obsessive-compulsive disorder in the use of online social networks. *J. Manag. Inf. Syst.* 34 (2), 560–596.
- Jessor, S.L., Jessor, R., 1977. *Problem Behaviour Theory and Psychosocial Development: Longitudinal Study of Youth*. Academic Press, New York.
- Kardefelt-Winther, D., 2014. A conceptual and methodological critique of internet addiction research: towards a model of compensatory internet use. *Comput. Hum. Behav.* 31 (1), 351–354.
- Kaur, P., Dhir, A., Tandon, A., Alzeiby, E., Abohassan, A., 2020a. A systematic literature review on cyberstalking. An analysis of past achievements and future promises. *Technol. Forecast. Soc. Change* 1–24.
- Kaur, P., Dhir, A., Talwar, S., Ghuman, K., 2020b. The value proposition of food delivery apps from the perspective of theory of consumption value. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 33 (4), 1129–1159.
- Khantzian, E.J., 2012. Reflections on treating addictive disorders: a psychodynamic perspective. *Am. J. Addict.* 21 (3), 274–279.
- Kircaburun, K., Jonason, P.K., Griffiths, M.D., 2018. The Dark Tetrad traits and problematic social media use: the mediating role of cyberbullying and cyberstalking. *Pers. Individ. Differ.* 135, 264–269.
- Kline, R.B., 2015. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Guilford Publications, New York.
- Latif, K., Weng, Q., Pitafi, A.H., Ali, A., Siddiqui, A.W., Malik, M.Y., Latif, Z., 2021. Social comparison as a double-edged sword on social media: the role of envy type and online social identity. *Telemat. Inform.* 56, 101470.
- Lim, M., 2019. Social exclusion, surveillance use, and Facebook addiction: the moderating role of narcissistic grandiosity. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 16 (20), 3813.
- Lim, M.S., Choi, S.B., 2017. Stress caused by social media network applications and user responses. *Multimed. Tools Appl.* 76 (17), 17685–17698.
- Lin, J., Lin, S., Turel, O., Xu, F., 2020. The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users' discontinuance intentions. *Telemat. Inform.* 49.
- Lin, R., van de Ven, N., Utz, S., 2018. What triggers envy on social network sites? A comparison between shared experiential and material purchases. *Comput. Hum. Behav.* 85, 271–281.
- Lindell, M.K., Whitney, D.J., 2001. Accounting for common method variance in cross-sectional research designs. *J. Appl. Psychol.* 86 (1), 114.
- Logan, K., Bright, L.F., Grau, S.L., 2018. Unfriend me, please!": social media fatigue and the theory of rational choice. *J. Mark. Theory Pract.* 26 (4), 357–367.
- Lyndon, A., Bonds-Raacke, J., Cratty, A.D., 2011. College students' Facebook stalking of ex-partners. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 14 (12), 711–716.
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., Johri, A., 2020. Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: a large cross-sectional study. *Inf. Technol. People* 1–24.
- M`antyma`ki, M., Islam, A.K.M.N., 2016. The Janus face of Facebook: positive and negative sides of social networking site use. *Comput. Hum. Behav.* 61, 14–26.
- Marino, C., Vieno, A., Moss, A.C., Caselli, G., Nik`cevi`c, A.V., Spada, M.M., 2016.

- Personality, motives and metacognitions as predictors of problematic Facebook use in university students. *Pers. Individ. Differ.* 101, 70–77.
- Naeem, M., 2020. The role of social media to generate social proof as engaged society for stockpiling behaviour of customers during Covid-19 pandemic. *Qual. Mark. Res.* 1–21.
- Navarro, J.N., Marcum, C.D., Higgins, G.E., Ricketts, M.L., 2016. Addicted to the thrill of the virtual hunt: examining the effects of internet addiction on the cyberstalking behaviors of juveniles. *Deviant Behav.* 37 (8), 893–903.
- Ngai, E.W.T., Tao, S.S.C., Moon, K.K.L., 2015. Social media research: theories, constructs, and conceptual frameworks. *Int. J. Inf. Manag.* 35 (1), 33–44.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y., Podsakoff, N.P., 2003. Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *J. Appl. Psychol.* 88 (5), 879–903.
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., Gladwell, V., 2013. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Comput. Hum. Behav.* 29 (4), 1841–1848.
- Reer, F., Tang, W.Y., Quandt, T., 2019. Psychosocial well-being and social media engagement: the mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media Soc.* 21 (7), 1486–1505.
- Reich, S., Schneider, F.M., Heling, L., 2018. Zero likes – Symbolic interactions and need satisfaction online. *Comput. Hum. Behav.* 80, 97–102.
- Rialti, R., Zollo, L., Ferraris, A., Alon, I., 2019. Big data analytics capabilities and performance: evidence from a moderated multi-mediation model. *Technol. Forecast. Soc. Change* 149 (June), 119781.
- Rosenthal-von der Pütten, A.M., Hastall, M.R., Koöcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F., Ocklenburg, S., 2019. Likes” as social rewards: their role in online social comparison and decisions to like other people’s selfies. *Comput. Hum. Behav.* 92 (March), 76–86.
- Royal Society for Public Health and Young Health Movement, 2017. *Social Media and Young People’s Mental Health and Wellbeing*. Royal Society for Public Health, London, United Kingdom.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J.D., Montag, C., 2020. Fear of Missing Out (*FoMo*) and social media’s impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat use disorders mediate that association? *Addict. Behav.* 110, 106487.
- Song, H., Cramer, E.M., Park, N., 2019. Cultural differences in social comparison on Facebook. *Behav. Inf. Technol.* 38 (2), 172–183.
- Steers, M.L.N., Wickham, R.E., Acitelli, L.K., 2014. Seeing everyone else’s highlight reels: how Facebook usage is linked to depressive symptoms. *J. Soc. Clin. Psychol.* 33 (8), 701–731.
- Stiff, C., 2019. The dark triad and Facebook surveillance: how Machiavellianism, psychopathy, but not narcissism predict using Facebook to spy on others. *Comput. Hum. Behav.* 94, 62–69.
- Talwar, S., Dhir, A., Singh, D., Virk, G.S., Salo, J., 2020a. Sharing of fake news on social media: application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *J. Retail. Consum. Serv.* 57.
- Talwar, M., Talwar, S., Kaur, P., Islam, A.K.M.N., Dhir, A., 2020b. Positive and negative word of mouth (WOM) are not necessarily opposites: a reappraisal using the dual factor theory. *J. Retail. Consum. Serv.*, 102396.

- Tandoc, E.C., Ferrucci, P., Duffy, M., 2015. Facebook use, envy, and depression among college students: is Facebooking depressing? *Comput. Hum. Behav.* 43, 139–146.
- Tandon, A., Dhir, A., Almgren, I., AlNemer, G.N., M`antyma`ki, M., 2021a. Fear of missing out (*FoMo*) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Res.* 1–41.
- Tandon, A., Dhir, A., M`antyma`ki, M., 2021b. Jealousy due to social media? A systematic literature review and framework of social media-induced jealousy. *Internet Res.* 1–42.
- Tokunaga, R.S., Quick, J.D., 2018. Impressions on social networking sites: examining the influence of frequency of status updates and likes on judgments of observers. *Media Psychol.* 21 (2), 157–181.
- Tromholt, M., 2016. The Facebook experiment: quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 19 (11), 661–666.
- Tugtekin, U., Tugtekin, E.B., Kurt, A.A., Demir, K., 2020. Associations between fear of missing out, problematic smartphone use, and social networking services fatigue among young adults.. In: *Social Media + Society*, October-December, pp. 1–17.
- Varga, E., 2016. Psychological Effects of Facebook use: Links between Intensity of Facebook Use, Envy, Loneliness and *FOMO*. Dublin Business School.
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., T`aht, K., Kross, E., 2020. Social comparison on social networking sites. *Curr. Opin. Psychol.* 36, 32–37.
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nie, J., Lei, L., 2018. The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: a moderated mediation model involving *FoMo* and perceived social support. *Pers. Individ. Differ.* 128 (59), 133–138.
- Whelan, E., Islam, A.K.M.N., Brooks, S., 2020. Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance. *Comput. Educ.* 143 (August 2019), 103692.
- Wiesner, L., 2017. Fighting *FoMo*: A Study on Implications for Solving the Phenomenon of the Fear of Missing Out. (Master's Dissertation). University Of Twente, Hollanda. University of Twente.
- Wu, J., Srite, M., 2021. Envy on social media : the good, the bad and the ugly. *Int. J. Inf. Manag.* 56, 102255.
- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F., Lei, L., 2018. Basic psychological needs satisfaction and fear of missing out: friend support moderated the mediating effect of individual relative deprivation. *Psychiatry Res.* 268 (May), 223–228.
- Yin, F.S., Liu, M.L., Lin, C.P., 2015. Forecasting the continuance intention of social networking sites: assessing privacy risk and usefulness of technology. *Technol. Forecast. Soc. Change* 99, 267–272.
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., Lei, L., 2019. Social networking sites addiction and *FoMo*: the mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Curr. Psychol.* 1–9.
- Young, R., Len-Ríos, M., Young, H., 2017. Romantic motivations for social media use, social comparison, and online aggression among adolescents. *Comput. Hum. Behav.* 75, 385–395.
- Zhou, B., 2019. Fear of missing out, feeling of acceleration, and being permanently online: a survey study of university students' use of mobile apps in China. *Chin. J. Commun.* 12 (1), 66–83.
- Zhou, M., Zhang, X., 2019. Online social networking and subjective well-being: mediating effects of envy and fatigue. *Comput. Educ.* 140, 103598.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença Creative Commons CC-BY.
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.

## Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.