



**ENTRE O PRAZER E O CONFORTO, E A BUSCA POR UM  
PROPÓSITO: COMO A AUTORREGULAÇÃO AFETA O USO DO  
SMARTPHONE NAS GERAÇÕES X, Y E Z**

**BIBIANA UGHINI GOLDSCHMIDT**

**Orientadora de Dissertação:**

PROFESSORA DOUTORA MARIA JOÃO GOUVEIA

**Orientadora de Seminário de Dissertação:**

PROFESSORA DOUTORA MARIA JOÃO GOUVEIA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção de grau de:

**MESTRE EM PSICOLOGIA**

Especialidade em Psicologia Clínica

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Professora Doutora Maria João Gouveia, apresentada no ISPA – Instituto Universitário para a obtenção de grau de Mestre na especialidade de Psicologia Clínica

## Agradecimentos

Celebro este momento de agradecer, pois simboliza o fechamento de um processo que por tempos desejei.

Falo em nome da Mestranda, mas de tantas outras partes que me constituem e me permitiram chegar aqui como um todo. Partes que foram criadas a partir de diferentes relações (onde existiu encontro, houve transformação!), e que se fosse mencionar todas elas, não haveria espaço para tanto agradecimento. Me atenho às pessoas que vivenciaram de perto esta experiência do mestrado comigo, e continuam me transformando.

Agradeço primeiramente a permissão própria de experimentar novas possibilidades de vida e me desafiar em busca de ampliação.

Ao Breno, meu parceiro de vida, por ser base, por acreditar, por se fazer presente e sonhar junto.

À Verona, Kyoto e Hannover, por serem dose diária de afeto e contributos importantes para o meu equilíbrio.

Aos meus pais pela referência, suporte e incentivo de sempre!

Às minhas irmãs, por me inspirarem, pelos questionamentos, pelas histórias partilhadas e pelo amor.

Aos meus amigos,

Ana e Rubens, por serem família e conforto quando preciso,

Angela, pela curiosidade, encorajamento e força,

Beba, pela inspiração e conexão de alma,

Eduardo e Nicas, pelos desabafos e risadas que tornam tudo mais leve,

Pati, por trilhar essa jornada junto e por todo o carinho.

À professora e orientadora Maria João, pelo conhecimento compartilhado e por expandir meus limites.

"Seja como você é. De maneira que possa ver quem és. Quem és e como és. Deixa por um momento o que deves fazer e descubra o que realmente fazes. Arrisque um pouco, se puderes. Sinta seus próprios sentimentos. Diga suas próprias palavras. Pense seus próprios pensamentos. Seja seu próprio ser. Descubra. Deixe que o plano para você surja de dentro de você." (PERLS, 1975, p. 28)

## Resumo

A presente investigação visa destacar o papel das orientações hedônicas e eudaimônicas na tendência à adição ao *smartphone*, além de compreender se a autorregulação explica essa relação e se as respostas mudam em função das gerações X (1965-1980), Y (1981-1996) e Z (1997-2012). Os participantes foram 187 adultos nascidos entre 1965-2005, de nacionalidade portuguesa e brasileira. Os instrumentos escolhidos foram: QRAR; SAS-SV e HEEMA. Os resultados revelaram que os níveis de adição ao *smartphone* estão relacionados de forma positiva e significativa com a orientação hedônica e seus componentes, e de maneira negativa com a autorregulação e suas dimensões. A orientação eudaimônica não demonstrou relevância significativa na regressão simples com essas variáveis. Existiu mediação parcial da autorregulação somente no modelo hedônico, demonstrando a importância dessa capacidade para diminuição do nível de adição. A geração Y moderou a relação entre a orientação hedônica prazer e controle de impulsos, e a autorregulação com a adição ao *smartphone* - potenciando e mantendo a direção de ambas relações em comparação às outras gerações. E a geração Z moderou somente a relação da orientação eudaimônica e adição ao *smartphone* potenciando e mantendo a direção da relação, e tornando-a significativa. A presente investigação oferece uma compreensão do comportamento digital (via *smartphone*) a partir da perspectiva das orientações para as atividades e da autorregulação, e traz informações importantes sobre as diferenças entre as gerações neste comportamento. Essas informações salientam que a investigação contribui cientificamente para compreensão dos fatores que geram efeitos importantes nos níveis de adição ao *smartphone*, e assim, oferece uma orientação prática para debater esse fenômeno.

*Palavras-chave:* orientações hedônicas e eudaimônicas; autorregulação; adição ao *smartphone*; geração X, Y e Z.

## **Abstract**

The present investigation aims to highlight the role of hedonic and eudaimonic orientations in the tendency toward smartphone addiction, as well as to understand whether self-regulation explains this relationship and if the responses differ according to Generation X (1965-1980), Y (1981-1996), and Z (1997-2012). The participants were 187 adults born between 1965-2005 of Portuguese and Brazilian nationality. The chosen instruments were: QRAR; SAS-SV and HEEMA. The results revealed that levels of smartphone addiction are positively and significantly related to hedonic orientation and its components, and negatively related to self-regulation and its dimensions. Eudaimonic orientation did not show significant relevance with these variables. There was partial mediation by self-regulation only in the hedonic model, demonstrating the importance of this ability in reducing addiction levels. Generation Y moderated the relationship between hedonic pleasure orientation and impulse control, and self-regulation with smartphone addiction—enhancing and maintaining the direction of both relationships compared to other generations. Generation Z only moderated the relationship between eudaimonic orientation and smartphone addiction, enhancing and maintaining the direction of the relationship and making it significant. The present investigation offers an understanding of digital behavior (via smartphone) from the perspective of individual orientations and self-regulation, providing important insights into generational differences in this behavior. These findings highlight that the research contributes scientifically to understanding the factors that significantly affect smartphone addiction levels, and thus offers practical guidance for discussing this phenomenon.

*Keywords:* hedonic and eudaimonic orientations; self-regulation; smartphone addiction; Generation X, Y, and Z

## ÍNDICE

<b>1. Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Estado da arte</b> .....	<b>4</b>
2.1. Desenvolvimento humano e a era da internet.....	4
2.2. A formação das gerações.....	6
2.3. Gerações X, Y e Z e a adição ao smartphone.....	8
2.4. Adição ao smartphone e seus impactos na saúde.....	9
2.5. Prevenção da adição ao smartphone: o papel da autorregulação.....	11
2.6. Bem-estar e as orientações hedónicas e eudaimónicas.....	13
2.7. Orientações para as atividades, autorregulação e o comportamento de adição ao smartphone nas gerações X, Y e Z.....	15
2.8. Objetivos do estudo.....	18
<b>3. Método</b> .....	<b>19</b>
3.1. Delineamento.....	19
3.2. Participantes.....	20
3.3. Instrumentos.....	31
3.3.1. Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR).....	21
3.3.2. Escala de dependência do smartphone ( <i>Smartphone Addiction Scale Short-version - SAS-SV</i> ).....	23
3.3.3. Escala de motivos hedónicos, eudaimónicos e extrínsecos para as atividades ( <i>Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities scale - HEEMA</i> ).....	24
3.4. Procedimentos.....	25
3.5. Análise de dados.....	26
<b>4. Resultados</b> .....	<b>27</b>
<b>5. Discussão</b> .....	<b>48</b>
5.1 Limitações do estudo.....	53
5.2 Estudos futuros.....	54
5.3 Conclusão e implicações.....	55
<b>6. Referências</b> .....	<b>57</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>67</b>

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 1.</b> <i>Características sociodemográficas da amostra</i> .....	19
<b>Tabela 2.</b> <i>Características específicas da amostra</i> .....	21
<b>Tabela 3.</b> <i>Análise descritiva das escalas na amostra global</i> .....	28
<b>Tabela 4.</b> <i>Análise descritiva das variáveis de estudo em função das gerações X, Y e Z e ANOVA one-way</i> .....	29
<b>Tabela 5.</b> <i>Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao smartphone; v.i's: orientação hedónica; orientação eudaimónica)</i> .....	31
<b>Tabela 6.</b> <i>Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao smartphone; v.i's: orientação hedónica; orientação eudaimónica; autorregulação global</i> .....	32
<b>Tabela 7.</b> <i>Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao smartphone; v.i's: dimensão hedónica conforto; dimensão hedónica prazer)</i> .....	33
<b>Tabela 8.</b> <i>Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao smartphone; v.i's: dimensão hedónica conforto; dimensão hedónica prazer; dimensões da autorregulação: estabelecimento de objetivos e controle de impulsos)</i> .....	34
<b>Tabela 9.</b> <i>Efeitos Indiretos da Orientação Hedónica e da sua Componente Prazer sobre o Nível de adição ao Smartphone, Mediados pela Autorregulação global</i> .....	36
<b>Tabela 10.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 3</i> .....	39
<b>Tabela 11.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre as orientação hedónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone</i> .....	39
<b>Tabela 12.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 4</i> .....	40
<b>Tabela 13.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre a orientação hedónica prazer, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone</i> .....	41
<b>Tabela 14.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 5</i> .....	42
<b>Tabela 15.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre as orientação eudaimónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone</i> .....	42
<b>Tabela 16.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 6</i>	

.....	43
<b>Tabela 17.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre orientação hedônica prazer, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone.....</i>	44
<b>Tabela 18.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 7.....</i>	45
<b>Tabela 19.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre a orientação eudaimônica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone.....</i>	45
<b>Tabela 20.</b> <i>Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 8.....</i>	46
<b>Tabela 21.</b> <i>Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre a orientação eudaimônica, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone.....</i>	47

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Modelo de mediação simples da autorregulação global na relação entre orientação hedónica e o nível de adição ao smartphone.....</i>	35
<b>Figura 2.</b> <i>Modelo de mediação de controle de impulsos na relação entre orientação hedónica prazer e o nível de adição ao smartphone .....</i>	37
<b>Figura 3.</b> <i>Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação hedónica, nível de adição ao smartphone e geração y.....</i>	38
<b>Figura 4.</b> <i>Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação hedónica prazer, adição ao smartphone e geração y.....</i>	40
<b>Figura 5.</b> <i>Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação eudaimónica, nível de adição ao smartphone e geração y.....</i>	41
<b>Figura 6.</b> <i>Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação hedónica prazer, nível de adição ao smartphone e geração z.....</i>	43
<b>Figura 7.</b> <i>Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação eudaimónica, nível de adição ao smartphone e geração z.....</i>	44
<b>Figura 8.</b> <i>Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação eudaimónica, nível de adição ao smartphone e geração z.....</i>	46

## Índice de Anexos

<b>ANEXO A</b> .....	68
A1. Relações bivariadas entre as variáveis de estudo.....	68
A2. Modelo eudaimônico de mediação.....	69
A3. Modelos de mediação moderada.....	70

A Era Digital, advinda da 4ª revolução industrial e do crescimento exponencial das tecnologias, revolucionou as interações humanas estabelecendo uma nova forma de cultura (Oliveira & Barroco, 2023; Magalhães & Vendramini, 2018; Schwab, 2019). Este fenômeno levou a um uso excessivo da internet e dos *smartphones*, gerando desafios emocionais e comportamentais (Oliveira & Barroco, 2023). Considerando essa Era, e o desenvolvimento humano a partir da abordagem bioecológica de Bronfenbrenner & Morris (1998), a forma como cada indivíduo vai se constituir está altamente relacionada com a sua história de vida, com o sentido histórico, e com eventos macro (envolvendo aspectos políticos, culturais e geracionais). Estes, podem dividir grupos a partir de marcos específicos, como por exemplo a construção do conceito de gerações (Bronfenbrenner & Morris, 1998).

O conceito de geração pode ser definido através de um intervalo de tempo (coorte), mas também seguindo a perspectiva que abrange o período histórico e sociocultural em que nasce e cresce um determinado grupo, e de que forma os eventos em comum contribuem para a formação de suas atitudes, comportamentos e pensamentos (Mannheim, 1952; Riley, 1973; Schuman & Scott, 1989). Considerando esses fatores, a geração X, nascidos entre 1965-1980, a geração Y, que contempla indivíduos nascidos entre 1981-1996, Z, entre 1997-2012, compartilham de uma vivência específica em comum, apesar de em momentos distintos: a inserção na cultura tecnológica através do crescimento exacerbado da facilitação da comunicação *on-line* (Dimock, 2019; Edmunds & Turner, 2005).

Estudos apontam características específicas da geração X, como o fato de ser uma geração de transição e ter nascido entre duas gerações muito distintas, os *Baby Boomers*, marcados pelo tradicionalismo e o contato tardio com a tecnologia, e os *Millennials* (pertencentes à geração Y), iniciados no mundo tecnológico (Berkup, 2014). No que se refere à geração Y, submetidos desde momentos iniciais da sua vida ao mundo digital, acompanhando gradualmente suas fases, sugere-se uma maior capacidade de adaptação frente a mudanças, enquanto a geração Z, também conhecidos como geração global, por terem nascido em momento mais avançado da tecnologia, em que a rapidez se estabeleceu como uma lógica usual, contribuiu para características voltadas para necessidades mais imediatistas (Berkup, 2014; Cakirpaloglu, et. al., 2020).

A promoção de contato a nível global torna o mundo *online* envolvente e facilitado, mas pode vir a dificultar a vida dos seus usuários a medida em que o uso se

torna prejudicial (de Sous Lopes, 2018). A noção de adição à internet tem a sua caracterização a partir da utilização sem controle e pela presença de sentimentos negativos diante da privação do seu uso, provocando prejuízos significativos em todas as esferas de vida do indivíduo (Yildirim, et al., 2018). Somado a esta questão, o meio pelo qual a sociedade mais acessa a internet é via *smartphone*, justamente pela facilidade de acesso e disponibilidade imediata, o que contribui para o excesso de uso do aparelho (*Cisco annual internet report*, 2020). E é justamente por isto que precisa ser levada em consideração ao pensar nos critérios de definição de uso problemático do *smartphone* (Kwon, et al., 2013). Por não ser uma adição à substância, é considerada pela APA (2014) um transtorno/adicação comportamental e também como um vício da área da tecnologia, voltado para a relação homem-máquina (Griffiths, 1996).

Estudos sugerem que sujeitos nascidos posteriormente aos anos 80, possuem uma possibilidade maior de desenvolver problemas voltados ao uso excessivo das novas tecnologias, ou seja, a geração X estaria menos propensa a desenvolver adição ao *smartphone* (Gafni & Geri, 2013; Echeburua & Corral, 2010). Ainda, apontam que a geração Y usa excessivamente o *smartphone* e os indivíduos da geração Z são conhecidos como tendo o *smartphone* como uma extensão do corpo (Cakirpaloglu, et al., 2020). Comprovado que esses comportamentos não promovem bem-estar e destacando índices de dependência, e dado ao potencial aditivo da utilização do *smartphone* impulsionado pela era da internet, é importante compreender que fatores poderão contribuir para prevenção desta resposta (Baja, 2022).

Já foi fundamentado através de estudos que há relação entre a autorregulação e o uso do *smartphone*, constatando que quanto maior a capacidade de autorregular-se, menor a possibilidade de desenvolver adição ao *smartphone* (Rozgonjuk & Elhai, 2021; Laranjo, 2021). O autor Brown (1998), define o conceito de autorregulação como sendo a aptidão de um indivíduo em planejar, direcionar e monitorizar o seu próprio comportamento em busca de mudar uma situação. Conceito este que se entrelaça com o modelo de funcionamento do indivíduo estabelecido por Huta (2016), que sugere uma habilidade ou um hábito adquirido após um período alargado de tempo em que uma pessoa é movida por orientações/motivações e comportamentos subsequentes em busca de respostas de bem-estar (Huta, 2016).

Essas orientações são respostas dos porquês individuais de certas escolhas comportamentais, que visam evitar o desconforto e/ou direcionamento ao prazer, ou à busca de autorrealização e significado (Huta, 2016). Essas duas formas de orientações

acabam por determinar a maneira como uma pessoa vai executar um comportamento, portanto, também possuem uma relação implícita com a escolha das estratégias que um indivíduo pode adotar para se autorregular (Ortner, et. al., 2018).

Diante disso, surge o interesse em explorar a relação entre essas orientações e a adição ao *smartphone* a partir da investigação de como as preferências por prazer imediato e conforto ou pela busca por significado podem relacionar-se com o nível de adição. Além disso, pretende-se examinar o papel da autorregulação como mediadora, avaliando se ela explica essa relação. E por fim, busca-se avaliar de que forma as gerações X, Y e Z podem potencializar ou enfraquecer a relação entre as orientações para as atividades, autorregulação e nível de adição ao *smartphone* considerando as características específicas dessas gerações.

A fim de explicar a pertinência desta investigação, será apresentada de seguida uma revisão de literatura que entrelace os conceitos de estudo. Na sequência, uma descrição do método escolhido, apresentação dos dados e discussão destes. Finalizando com a discussão dos resultados, implicações que surgiram e sugestões futuras de estudos.

## **Estado da Arte**

### **Desenvolvimento humano e a era da internet**

A abordagem bioecológica de Bronfenbrenner & Morris, (1998) salienta que o desenvolvimento humano sofre influência de fatores como: tempo, processos relacionais, da própria pessoa (considerando seu ciclo de vida) e do contexto. Esses fatores interagem entre si de forma particular, numa lógica de contato organismo-meio e operam para o desenvolvimento do indivíduo.

No que se refere ao tempo, leva-se em consideração as mudanças dos ciclos de vida das pessoas ao longo de um período temporal, e as mudanças que ocorrem dentro desse intervalo. Engloba episódios de vida que marcam determinado momento histórico de vida, seja o ingresso no mercado de trabalho, nascimento de um filho, casamento etc. Outro ponto importante com relação ao tempo, condiz com a maneira como pais e mães criam seus filhos em diferentes períodos históricos, justamente por serem influenciados por fatores que colaboram para desenvolvimentos diferentes. Por exemplo, é provável que pais que criaram os filhos na década de 30 não atuem em termos de parentalidade da mesma forma que na atualidade (Martins & Szymanski, 2004).

O fator processo é o produto das relações entre os papéis sociais que uma pessoa tem, associados às atividades que executa. Portanto, para desenvolver-se de uma maneira integral, associando a parte emocional, o intelecto e o social, o indivíduo necessita experienciar através do contato progressivo, seja com outros indivíduos, ambientes e objetos. Esse contato é mais efetivo à medida que ocorre frequentemente ao longo do tempo, e por isso são chamados de processos proximais. O processo proximal é considerado conector e impulsionador do desenvolvimento humano. (Martins & Szymanski, 2004).

No que se refere ao fator pessoa, são consideradas as suas características individuais, desde os valores, interesses, expectativas e temperamento até metas e motivações pessoais. Essas características não atuam isoladamente, são efetivas na sua relação e são divididas em três tipos: disposição, recursos internos (conhecimento e habilidades) e aspectos voltados à demanda do contexto. Características pessoais, como cor da pele e gênero também são elementos importantes na maneira como o indivíduo se relaciona e se desenvolve, além de qualidades pessoais, características estas que acabam por influenciar as atitudes dos indivíduos, orientando aquilo que será nutrido ou rompido por ele (Bronfenbrenner & Morris, 1998).

Quando se fala do fator contexto, tem-se em consideração o ambiente global em que o indivíduo se insere e onde acontecem os seus processos de desenvolvimento. É chamado de “ambiente global” justamente por abranger diversos âmbitos de vida do sujeito, sendo eles diretos e indiretos. O direto exemplificado por um contato mais próximo e o indireto retratando um contato remoto. Esses âmbitos também podem ser chamados de camadas ou estruturas, e seguem uma lógica concêntrica, ou seja, cada estrutura faz parte da seguinte, está contida uma na outra. As estruturas referidas chamam-se micro-, meso-, exo- e macrossistema, e estas relacionam-se entre si influenciando o desenvolvimento humano (Martins & Szymanski, 2004).

O microssistema tem relação com papéis pessoais assumidos e com as relações interpessoais experienciadas em um determinado contexto com características específicas. Ou seja, refere-se a ambientes como trabalho, casa, escola entre outros, e a partir das interações estabelecidas nestes ao longo do tempo, promovendo mudanças de comportamentos e desenvolvimento do indivíduo, e sofrendo influência das conexões estabelecidas e do vínculo entre as pessoas nesse microssistema (Bronfenbrenner, 1989)

Quando se refere à relação entre dois ou mais ambientes do microssistema, em que a pessoa segue inserida e atua ativamente, tem-se o mesossistema. Quanto ao exossistema, é o oposto do mesossistema, já que não considera a pessoa como ativa nesses ambientes pelo contato ser direto, mas pode sofrer consequências indiretas da mesma maneira. O macrossistema é representado pela rede de conexões entre todos outros ambientes, envolvendo aspectos políticos, culturais, históricos e geracionais. (Bronfenbrenner, 1989).

Considerando a influência do macrossistema e do tempo no desenvolvimento humano, pode-se considerar uma das mudanças mais significativas na sociedade – a era da internet. Esta, teve sua base no período marcado pelo Terceira Revolução Industrial em 1970, conduzindo para as primeiras mudanças sociais advindas da informática e telecomunicações. Porém, foi somente a partir dos anos 1990 que a internet se tornou um recurso acessível, apontando para uma rápida difusão da tecnologia com impacto na popularização dos computadores e telefones nos anos 2000, e conseqüentemente na década seguinte, o surgimento dos famosos smartphones (Oliveira & Barroco, 2023).

É em grande parte através desse pequeno aparelho que hoje a maior parte da população usufrui da internet. Justamente por ser um item leve e pequeno, acaba por ser prático, além de englobar diversas funções e recursos, desde câmera fotográfica e vídeo game, até redes sociais e noticiais globais (Oliveira & Barroco, 2023). É por isso que hoje

o smartphone é conhecido como uma poliferramenta, que conectado com a internet contempla um aglomerado de conteúdo de fácil acesso, e data um marco histórico que revolucionou a forma de comunicação, informação e relações, tornando-se presente na vida social e pessoal dos indivíduos (Reig, & Vilches, 2013; Oliveira, 2017; (Oliveira & Barroco, 2023). Esses fatores estabelecem uma relação importante desta era com o modo com que as pessoas passam a se desenvolver, apoiando-se no modelo de Bronfenbrenner & Morris (1998).

Pensando nos microsistemas, com a chegada da internet e do *smartphone* as pessoas passam a ter como possibilidade a conexão e a interação com a família, amigos, colegas de escola/trabalho a partir desse mecanismo. Com relação ao mesossistema, que relaciona vários dos microsistemas, a internet e o *smartphone* podem ser facilitadores dessa conexão, permitindo que existam trabalhos remotos, que a escola por exemplo possa fornecer conteúdos digitais etc. Quanto ao exossistema, que inclui efeitos indiretos no indivíduo, sem a participação ativa deste, considera-se a influência da era da internet nas políticas sociais, econômicas e práticas educacionais. No que se refere ao macrosistema, a internet possui um papel importante ao moldar as normas e valores, assim como ideologias justamente por abranger uma cultura mais ampla (de Oliveira Ferreira & Vilarinho, 2013; Almeida, 2021)

Em síntese, a Internet, e conseqüentemente o smartphone, emergiram como uma força que impacta diversos níveis dos sistemas ecológicos delineados por Bronfenbrenner & Morris (1998). Essa influência transforma a maneira como os indivíduos interagem, aprendem e se envolvem com o ambiente ao seu redor, exercendo efeitos tanto nos contextos imediatos quanto nos mais amplos de desenvolvimento. A análise dessa correlação pode oferecer insights sobre como as tecnologias digitais não apenas moldaram, mas continuam a moldar o desenvolvimento humano. Isso ocorre ao considerar os marcos históricos associados ao surgimento e evolução do mundo digital, como por exemplo a definição das diferentes gerações e a construção de seus conceitos (de Oliveira Ferreira & Vilarinho, 2013; Almeida, 2021)

### **A formação das gerações**

O conceito de gerações pode ser definido através de um intervalo de tempo, coorte (uma entidade que estratifica as pessoas por suas idades a partir do nascimento em uma determinada época), e tal definição ajuda a representar e delimitar as mudanças sociais ao longo do tempo que impactam a forma como vivemos (Riley, 1973). Este viés

quantitativo é importante para a delimitação destes grupos, porém Mannheim (1952) critica o uso somente dessa perspectiva estática, considerando também a perspectiva qualitativa, que abrange o período histórico e sociocultural em que nasce e cresce uma geração, e de que forma estes eventos em comum contribuem para a formação de atitudes, comportamentos e pensamentos desses grupos (Mannheim, 1952; Schuman & Scott, 1989). Os grupos geracionais acabam adquirindo uma compreensão de ordem social e características semelhantes entre eles, que por sua vez podem utilizar dessa ideia como base para criação de uma identidade e estereótipos sociais (Ulrick, 2014). Nessa perspectiva, Foster (2013), considera que a geração pode ser um recurso utilizado pelas pessoas para dar algum nível de significado histórico à própria vida, assim como, uma ferramenta para compreender comportamentos.

A geração X marca uma parcela da população que nasceu em um período em que o mundo estava prestes a sofrer uma grande mudança advinda da transição tecnológica. É também considerada uma geração de transição pelo fato de ter nascido entre duas gerações muito distintas, os Baby Boomers, marcados por um tradicionalismo e pelo contato tardio com a tecnologia, e a geração Y, iniciada no mundo tecnológico (Berkup, 2014).

De acordo com Berkup, (2014) a geração Y, também chamada de Millennials, geração digital e geração do “por quê”, foi submetida ao mundo digital desde momentos iniciais de sua vida, fato que sugere ter maiores características de adaptabilidade em comparação com outras gerações (Berkup, 2014). Além disso, indivíduos da geração Y estão cientes da rapidez das mudanças tecnológicas e conseguem acompanhar de forma natural (Berkup, 2014).

A geração Z também pode ser conhecida como: iGen, nativos-digitais e geração “do agora” (Cakirpaloglu, et. al., 2020). Esse grupo geracional prefere que as situações ocorram mais rapidamente ou de imediato (Berkup, 2014). Estudos indicam que esse comportamento está relacionado com o fato de terem nascido já diante da tecnologia, bem como de sua rapidez no avanço, e não necessariamente tendo que passar por uma adaptação gradual a ela. Dessa forma, por terem essa lógica usual, há uma demanda de aceleração nas próprias vidas (Berkup, 2014).

Considerando esses fatores, a geração Y, que contempla indivíduos nascidos entre 1981-1996, e Z, entre 1997-2012, e a geração X, nascidos entre 1965-1980, compartilham de uma vivência específica em comum, apesar de em momentos distintos: a inserção na

cultura tecnológica através do crescimento exacerbado da facilitação da comunicação *on-line* (Dimock, 2019; Edmunds & Turner, 2005).

Estudos apontam características comuns entre a geração Y e Z, como por exemplo a necessidade de rapidez de resposta devido a grande interatividade tecnológica a que foram expostos (Mahmoud, et al., 2021; Cakirpaloglu, et al., 2020). Porém, também indicam que há uma dificuldade maior em satisfazer as necessidades de bem-estar da geração Z e uma tolerância maior na geração Y (Yusoff & Kian, 2013; Santos, 2020). Além disso, também trazem alguns pontos distintos, como o fato da geração Y ter acompanhado a “explosão da internet”, e a geração Z já ter nascido imersa nesta conectividade e ser a primeira chamada geração global (Dimock, 2019; Racolça-Paina & Irini, 2021).

### **Gerações X, Y e Z e a adição ao smartphone**

O uso das tecnologias digitais acabou por moldar as gerações Y e Z, e refletir ao longo do desenvolvimento da geração X, influenciando aspectos como: relações sociais, autoimagem e bem-estar (Bejan, 2023). Além disso, as consequências dessa cultura digital apontam para um aumento de comportamentos não saudáveis, inclusive, o comportamento de adição associada a esta utilização da internet e *smartphone* (Bejan, 2023). A possibilidade quase que ilimitada de acessibilidade das tecnologias entre os usuários é um ponto que colabora para o uso recorrente dessas ferramentas (Cakirpaloglu, et. al., 2020).

O *smartphone* agrega muitas dessas tecnologias, se tornando um utensílio muito presente no cotidiano da sociedade. É considerado hoje um aparato essencial na vida da maioria das pessoas, e os mais jovens estão crescendo e se formando enquanto indivíduos a partir da relação com esse dispositivo (Reig & Vilches, 2013). Sujeitos nascidos posteriormente aos anos 80, diferem das gerações anteriores quanto ao uso do *smartphone*. Sugerindo que possuem uma possibilidade maior de desenvolver problemas voltados ao uso excessivo das novas tecnologias (Gafni & Geri, 2013; Echeburua & Corral, 2010).

Em um estudo com 509 participantes, 79 integrantes da geração X e 430 da geração Y, foi constatado que quanto mais indivíduos da população Y ficavam na posse do *smartphone*, maior era a tendência ao uso da Internet, apresentando uma correlação de

*spearman's* significativa ( $\rho = 159, p < .001, N = 430$ ). No entanto, quanto a geração X, não houve correlação significativa ( $\rho = .049, N = 79$ ) (Gafni & Geri, 2013).

Os indivíduos que fazem parte da geração Y e Z são exemplos importantes do uso extensivo do *smartphone* (Cakirpaloglu, et. al., 2020). Tanto a geração Y quanto a geração Z possuem como ferramenta de comunicação mais comum o *smartphone*, e uma característica semelhante de uso excessivo das redes sociais. Enquanto a geração Y usa extensivamente *mobile communication*, os indivíduos da geração Z são conhecidos como tendo o *mobile-phone* como uma extensão do corpo (Cakirpaloglu, et al., 2020).

Foi constatado que existe uma alta prevalência de comportamentos de adição ao *smartphone* em populações jovens, que tenham nascido já na Era Digital, advinda da 4ª revolução industrial e do crescimento exponencial das tecnologias, ou que a acompanharam desde o princípio em momentos iniciais do seu desenvolvimento individual (Magalhães & Vendramini, 2018; Nunes, 2021; Schwab, 2019). Além disso, foi investigado que ambas as gerações, Y e Z, passam em média 5 horas por dia conectados nos seus dispositivos inteligentes, dando preferência à comunicação assíncrona. Durante esse período, se contentam com refeições rápidas para continuar otimizando o seu uso da internet (de França Pheula & Souza, 2016; Kuss, et. al., 2018). Quanto à geração X, há estudos que indicam um comportamento voltado à comunicação síncrona (Kuss, et. al., 2018).

Estudos comprovam que o uso de forma extensiva do *smartphone* é um fator de risco ao bem-estar da população (Baja, 2022). O autor Cakirpaloglu (2020) constatou que a geração Z passa três vezes mais tempo nas redes sociais do que a geração Y, no entanto, Zhitomirsky-Geffet & Blau (2016), em uma investigação com 209 participantes (91 componentes da geração Z, 90 da geração Y e 48 da geração X),  $N = 78$  do sexo masculino e  $N = 128$  do sexo feminino, foram encontrados resultados que indicam diferentes níveis de comportamento de adição nessas gerações. Apresentando uma média de 2.83 para a geração Y, 2.74 para a geração Z e 2.41 para a geração X ( $F=5.145^{**} / p<.007$ ). O que indica um maior nível para a geração Y, seguido pela geração Z e com o menor nível de comportamento de adição ao *smartphone* a geração X (Zhitomirsky-Geffet & Blau 2016).

### **Adição ao *smartphone* e seus impactos na saúde**

Pelo fato de o mundo hoje ser altamente tecnológico, os indivíduos voltam-se a aparatos digitais, como no caso o *smartphone*, para conectar-se com o mundo através da internet e manter-se estimulados (Oliveira & Barroco, 2023). Muitas vezes, essa conexão

acaba por tornar as atividades analógicas pouco interessantes e reforçam o uso dessas ferramentas. Esse reforço pode apontar para características de “mau uso”, ou seja, que comprometem as potencialidades do indivíduo ao invés de promover crescimento (Oliveira & Barroco, 2023).

O comportamento de adição à internet tem a sua caracterização a partir da utilização sem controle e pela presença de sentimentos negativos diante da privação do uso da mesma (Yildirim, et al., 2018). Excedendo a intenção de uso inicial, provoca prejuízos significativos em todas as esferas de vida do indivíduo (Yildirim, et al., 2018). Atualmente, o meio pelo qual a sociedade mais acessa a internet é via *smartphone*, e é por isso que a adição a internet precisa ser considerada ao se pensar nos critérios que definem a adição ao *smartphone* (Kwon, et al., 2013). O *Cisco annual internet report* (2020), estimou que até o fim do ano de 2023 a quantidade de *smartphones* conectados seria três vezes o número da população mundial. Ou seja, para além da dependência da internet, surge uma preocupação relevante a partir do uso excessivo do *smartphone* e seu potencial de dependência (World Health Organization, 2015).

A dependência ao *smartphone* por não ser uma adição à substância, é considerada pela APA (2014) um transtorno/adicação comportamental. Além disso, é também visto como um vício da área da tecnologia, voltado para a relação homem-máquina (Griffiths, 1996). É caracterizada por: afastamento das atividades diárias; anseio pelo uso (antecipação positiva); falta de controle na utilização; preferência por relações virtuais; a falha na tentativa de controlar a utilização e o prejuízo no dia a dia (Lin, et. al, 2014).

Na literatura é possível encontrar diversas nomenclaturas que se relacionam com o comportamento de adição ao *smartphone* como: “dependência do telemóvel”, “uso demasiado e compulsivo do telemóvel” e “uso excessivo do telemóvel”. Apesar de serem termos diferentes, todos explicam um uso problemático deste item de comunicação, que por sua vez, tem emergido como um problema significativo na saúde pública (Lin, et. al., 2014; Abu-Shanab & Haddad, 2015).

Foram constatadas implicações para a saúde pública diante da utilização excessiva da Internet, computadores, *smartphones* e dispositivos electrónicos semelhantes. A utilização excessiva destes dispositivos tem sido associada a vários problemas de saúde, incluindo problemas de saúde física e mental (World Health Organization, 2015). Estudos indicam que o comportamento de adição ao *smartphone* tem uma correlação positiva com fatores como: solidão, estresse e ansiedade (Lapierre, Zhao & Custer, 2019). A dificuldade de aprendizagem e problemas relacionados ao sono também aparecem nessa

correlação, além de efeitos físicos como olhos mais secos, dores musculares e hipertensão (Neophytou, Manwell & Eikelboom, 2019; Yang et. al., 2019; Zou et. al., 2019).

O excesso de opções de utilidades provenientes de um smartphone pode vir a apresentar uma resposta de saturação psíquica, ou seja, diante de inúmeras possibilidades de escolha, o indivíduo pode vir a sentir-se confuso e infeliz em ter que renunciar de alternativas frente à uma opção. O resultado disso é um mal-estar e uma sensação de inquietude, e esse fenômeno é chamado de “paradoxo da escolha” definido por Schwartz (2007).

Apesar de existirem muitos dados que colaboram para uma perspectiva negativa do mau uso do smartphone, existe também o outro lado, que defende o bom uso do aparelho. Em outras palavras, essa ferramenta digital possui potencial para promover efeitos positivos também nos indivíduos, como por exemplo: melhorar os diferentes tipos de atenção; potencializar a velocidade das reações; ampliar a capacidade de memória e inteligência (Oliveira & Barroco, 2023).

Frente ao que foi apresentado, pesquisadores têm destacado a importância de incentivar e realizar estudos nessa área, com a intenção de compreender melhor as consequências do uso do *smartphone* e preencher lacunas diante do comportamento de adição ao *smartphone* (Nunes, et al., 2021). Além disso, é possível perceber como o comportamento de adição ao *smartphone* pode diminuir de uma forma ampla o bem-estar do indivíduo, alertando para medidas de diagnóstico, intervenção e prevenção desse comportamento (Yang, Asbury & Griffiths, 2019).

### **Prevenção da adição ao smartphone: o papel da autorregulação**

A autorregulação foi comprovada através de estudos que quando bem concebida, é uma aptidão importante para a mudança do comportamento de adição ao smartphone. A capacidade de controlar, planejar e resolver problemas são características do processo de autorregulação. Esta, é uma função executiva, que mantém o indivíduo em atividade para alcançar seus próprios objetivos (Lin, et. al, 2014; Rozgonjuk & Elhai, 2021; Laranjo, 2021).

Trata-se também de um processo complexo com finalidade específica, de comportamentos, emoções e estratégias de nível cognitivo (Karoly, Boekaerts & Maes 2005). Além disso, a autorregulação permite que a pessoa adie a gratificação a curto prazo para atingir resultados desejados a longo prazo. O adiamento da gratificação é

caracterizado a partir da inibição de um impulso de ação frente à uma tentação do contexto em detrimento de um outro objetivo futuro (Mischel, 1974).

O modelo teórico de autorregulação de Miller e Brown (1991), assume que existam 7 passos para alcançá-la, e qualquer dificuldade em um desses processos, traria um déficit no comportamento de regulação individual. Os passos são constituídos em: recebimento de informações/entrada informativa (como por exemplo: acompanhar o próprio progresso em direção aos objetivos pessoais); autoavaliação e comparação dessas informações diante das normas sociais (ter a consciência de ter padrões pessoais e permitir-se viver de acordo com eles); desencadear mudanças (estar disposto a considerar outras formas de agir diante de percepções de discrepâncias); a procura de opção (procurar informações de como mudar em busca de diminuir essa discrepância); a formulação de um plano (a partir de um objetivo claro, poder planejar maneiras de alcançar); a implementação de um plano e a avaliação da eficácia deste (Neal & Carey, 2005).

Nos primeiros passos as normas e padrões pessoais são mais relevantes para referência, já nas etapas seguintes do modelo, o foco está no processo de mudança através de um plano. A avaliação de se o plano foi eficaz ou não, é importante para compreender se ele vai ser repetido. Se o processo como um todo produzir respostas satisfatórias no que tange aos objetivos do indivíduo, a autorregulação foi ideal (Miller & Brown, 1991).

De outro modo, Brown (1998) define o conceito de autorregulação como sendo a aptidão de um indivíduo em planejar, monitorizar e direcionar o seu próprio comportamento em busca de mudar uma situação. Essas ações acabam sendo respostas naturais para as pessoas que possuem essa capacidade bem desenvolvida, ao gerenciar o desequilíbrio do cotidiano (Hoyle, 2010). Por desequilíbrio podemos inserir o conceito de adição ao *smartphone*, que provoca prejuízos significativos na vida do indivíduo que o possui, afastando-o de outras atividades, trazendo privação de controle e anseio pelo uso do aparelho.

Em estudos voltados para comportamentos de adição foi identificada a relação de competências individuais de autorregulação, indicando dois fatores importantes: o controle de impulsos e o estabelecimento de metas (Neal & Carey, 2005). Através da autorregulação é possível fiscalizar conscientemente as ações individuais e regular impulsos (Neal & Carey, 2005). De acordo com o Batista & Noronha (2018), a autorregulação é um importante recurso para preservação de saúde e adaptação do ser humano. Quanto maior a resposta adaptativa de autorregulação, menor desenvolvimento

de respostas problemáticas e maior a diminuição da impulsividade (Batista & Noronha, 2018; Zapata, et al., 2014). Especialmente com relação ao uso das tecnologias digitais, o processo de autorregulação é proposto como um recurso importante na fronteira dessa relação de uso, capaz de reduzir riscos e aumentar respostas positivas, contribuindo significativamente para a promoção do bem-estar (Reinecke, et. al., 2022).

Portanto, no caso da adição ao *smartphone*, que se configura a partir de um anseio pelo uso do mesmo e uma falta de controle na utilização provocando prejuízos significativos ao indivíduo, a autorregulação pode auxiliar na medida que inibe um impulso de tentação através do adiamento de uma gratificação. Além de se tratar de um processo importante de adequação ao meio, de execução de atividades e possibilidade de recusa frente a situações prejudiciais ao indivíduo. Assim, o aumento da capacidade de autorregulação pode ainda proporcionar um sentido maior de objetivos voltados para promoção do bem-estar pessoal (Zapata, et al., 2014; Mischel, 1974).

### **Bem-estar e as orientações hedônicas e eudaimônicas**

O bem-estar mental é definido a partir de uma visão ampla, considerando a integralidade do indivíduo, englobando fatores biopsicossociais e ambientais na vida das pessoas e caracterizando-se como um funcionamento ideal (Ryan & Deci, 2001; Kiefer, 2008). De acordo com o autor Seligman (2012) o bem-estar é caracterizado por um conjunto de aspectos como: engajamento, sentido, relacionamentos e emoções positivas, e realizações. Estes, somados à felicidade, estabelecem a noção de satisfação com a vida (Seligman, 2012). O conceito de bem-estar também pode ser compreendido sob a forma de duas perspectivas: hedônica e eudaimônica (Ryan & Deci, 2001). A primeira está voltada para a busca pelo prazer e desvio do desconforto, o que promove o chamado bem-estar subjetivo, e a segunda relacionada com o propósito e autorrealização, gerando bem-estar psicológico (Ryan & Deci, 2001).

O modo de vida que é em grande parte hedônico, traduz-se em um aumento de nível de bem-estar a curto prazo, assim como aumento nos níveis de satisfação com a vida e afetos positivos (Huta, 2013). Porém, acabam por se dissipar e não garantir o longo prazo (Huta, 2013). A resposta inversa ocorre com o modo de vida eudaimônico, que promove bem-estar a longo prazo, mas não necessariamente em curto prazo (Huta, 2013). Considerando essas lacunas e diferenças entre os modos de vida, compreende-se que a combinação de comportamentos hedônicos e eudaimônicos equilibrados poderiam contribuir para um nível maior de bem-estar e de forma mais completa (Huta, 2013).

Na busca por ampliação e entendimento do conceito de bem-estar, as perspectivas hedônicas e eudaimônicas foram divididas em quatro diferentes categorias: orientações, comportamentos, experiências e funcionamento (Huta & Waterman, 2014). No que se refere às experiências e funcionamento estes autores remetem aos efeitos de um certo modo de vida, enquanto as orientações e aos comportamentos, foco deste estudo, salientam a forma como o indivíduo vive a sua vida (Huta, 2015).

As orientações hedônicas e eudaimônicas são conceitos que condizem com as motivações pessoais, valores e objetivos que um indivíduo possui para executar uma atividade específica. Além disso, pode-se dizer que as orientações são respostas dos porquês individuais, ou seja, a razão pela qual determinada pessoa faz aquelas escolhas atitudinais e comportamentais. Ambas as orientações podem coexistir e apresentarem efeitos positivos na vida de um sujeito (Huta, 2016).

Enquanto a orientação hedônica está atrelada à busca por prazer e conforto, promovendo homeostase e relaxamento, a orientação eudaimônica busca autorrealização e procura de significado (Huta, 2016). Esta segunda é constituída por quatro elementos, autenticidade (agir conforme os seus valores), significado (busca por aquilo que valoriza e considera realmente importante), excelência (esforço em busca de qualidade) e crescimento (desenvolvimento de potencial a partir do conhecimento) (Huta & Waterman, 2014; Huta, 2015).

Essas orientações acabam refletindo em comportamentos, que são caracterizados por atos e pensamentos dos indivíduos. Em termos de efeitos, o comportamento eudaimônico pode promover uma melhor organização, sentido de realização e progresso, permitindo que o indivíduo se torne resiliente frente aos desafios da vida. No que se trata da orientação hedônica, a busca é mais direta pelo equilíbrio, um movimento de recarregar-se e não se levar à exaustão a partir do atendimento às necessidades mais íntimas e emocionais (Huta, 2016).

Como exemplo de um comportamento hedônico pode-se considerar: desfrutar de uma refeição deliciosa, participar de atividades de lazer, assistir à um vídeo no Youtube via *smartphone* (desde que seja prazeroso ao indivíduo e o equilibre frente ao desconforto). Enquanto um exemplo voltado para o tema de comportamento eudaimônico, pode-se cogitar seguir uma carreira significativa, envolver-se em atividades alinhadas com os seus valores, desenvolver relacionamentos profundos e significativos (e com isto promover um senso de felicidade e organização neste indivíduo).

A maneira como um indivíduo busca a hedonia ou eudaimonia pode sofrer efeitos

da cultura e das circunstâncias de cada um, pois a resposta que cada sujeito apresenta está atrelada à sua história de vida e aos contextos em que se expõe (Bronfenbrenner & Morris, 1998; Huta, 2016). Portanto, indica-se que a era da internet e o alto índice de estímulos tecnológicos podem refletir na mudança dessa busca pela hedonia e/ou eudaimonia, bem como na diferenciação de respostas diante das distintas gerações que apanharam essas mudanças tecnológicas em períodos diferentes ao longo de seu desenvolvimento.

### **Orientações para as atividades, autorregulação e o nível de adição ao smartphone nas gerações X, Y e Z**

Como mencionado no capítulo anterior, a eudaimonia e hedonia foram divididas em diferentes categorias: orientações, comportamentos, experiências e funcionamento. Para correlacionar com o conceito de autorregulação, o enfoque vai ser dado primeiramente na categoria funcionamento. Esta, é definida como uma habilidade ou um hábito adquirido após um período alargado de tempo em que uma pessoa é movida por orientações hedônicas e/ou eudaimônicas e comportamentos subsequentes (Huta, 2016). O conceito de autorregulação é definido por Brown (1998) como uma aptidão individual adquirida, que consiste em uma capacidade de planejamento, monitorização e direcionamento de um comportamento, a fim de modificar uma situação. Portanto, a autorregulação pode ser considerada neste caso por Huta, (2016) como um funcionamento do indivíduo.

Embora os estudos empíricos sobre a autorregulação e as orientações hedônicas e eudaimônicas ainda não sejam tão vastos, Peterson, et al., (2007) mostraram que o endosso do envolvimento e do significado estavam positivamente relacionados com autorregulação na busca por felicidade. Além disso, um forte senso de orientação hedônica foi associado a pouco autocontrole e baixa capacidade de autorregulação, apontando para comportamentos disfuncionais, como por exemplo o comportamento de adição (Yang, et. al., 2017; Giuntoli et. al., 2021). O contrário também ocorre, indivíduos que buscam mais eudaimonia, estão mais propensos a implementar respostas bem-sucedidas de autocontrole e autorregulação. Fato que os beneficia a alcançar objetivos e metas a longo prazo, os distanciando de comportamentos impulsivos (Yang, et. al., 2017; Giuntoli et. al., 2021).

O comportamento de adição é também considerado uma resposta de uma estratégia de “*coping*” disfuncional, já que ao invés de auxiliar na promoção do bem-estar, provoca o efeito oposto (Yang, et. al., 2017; Giuntoli et. al., 2021). Inclusive,

estudos indicam que a utilização do smartphone para lidar com situações estressoras do cotidiano tem sido uma estratégia disfuncional, já que o uso frequente tem provocado sintomas semelhantes aos de adição a substâncias (Kuss et al., 2014).

Apesar da dependência ao *smartphone* não ser considerada uma adição à substância, é definida pela APA (2014) como um transtorno/adição comportamental, o qual provoca prejuízos significativos na vida dos indivíduos. Além disso, é visto como um comportamento-reflexo da área da tecnologia e da relação homem-máquina (Griffiths, 1996). Relação influenciada majoritariamente pelo desenvolvimento humano a partir da era tecnológica, sofrendo influência em diversos níveis dos sistemas ecológicos, impactando no tempo, processos relacionais, ciclos de vida e contextos, operando diretamente na construção dos indivíduos (Bronfenbrenner & Morris, 1998).

A era da tecnologia também atuou no processo de definição das diferentes gerações (de Oliveira Ferreira & Vilarinho, 2013; Almeida, 2021). Mais especificamente nas gerações X (1965-1980), Y (1981-1996) e Z (1997-2012), as quais sofreram implicação mais direta ao longo da sua vida em função de marcos tecnológicos específicos como: as primeiras mudanças advindas da Terceira Revolução Industrial em 1970, do surgimento da internet como recurso acessível em 1990, aparecimento dos computadores e telefones nos anos 2000 e o desenvolvimento do famoso smartphone em 2010 (Oliveira & Barroco, 2023).

Populações que acompanharam desde o princípio do seu desenvolvimento a Era Digital, ou que já tenham nascido imersas nesta era, apresentam uma alta prevalência de comportamentos de adição ao smartphone (Nunes, 2021). Estudos indicam que o maior nível de adição contempla a geração Y, seguido pela geração Z, e em último, com menor nível, a geração X (Zhitomirsky-Geffet & Blau 2016). Essa utilização excessiva do *smartphone* já foi correlacionada com diversos fatores negativos indicando outros problemas de saúde físicos e mentais (World Health Organization, 2015). Apesar desses dados, há quem defenda que o uso com parcimônia do aparelho pode trazer benefícios cognitivos (Oliveira & Barroco, 2023).

Foi comprovado através de estudos que há relação entre autorregulação e o uso do smartphone, constatando que quanto maior a capacidade de autorregular-se, menor a possibilidade de desenvolver comportamento de adição ao smartphone (Rozgonjuk & Elhai, 2021; Laranjo, 2021). De acordo com o Batista & Noronha (2018), a autorregulação é um importante recurso para preservação de saúde e adaptação do ser

humano. Quanto maior a resposta adaptativa de regulação, menor desenvolvimento de problemáticas e maior a diminuição da impulsividade (Batista & Noronha, 2018).

A autorregulação promove respostas naturais ao gerenciar o desequilíbrio do cotidiano para as pessoas que possuem essa capacidade bem desenvolvida (Hoyle, 2010). Além disso, permite que a pessoa adie a gratificação a curto prazo para atingir resultados desejados a longo prazo (Mischel, 1974). O adiamento da gratificação é caracterizado a partir da inibição de um impulso de ação frente à uma tentação do contexto em detrimento de um outro objetivo futuro (Mischel, 1974). Portanto, a autorregulação pode relacionar-se com a orientação hedônica na medida que ajuda a controlar os impulsos voltados à busca por prazer imediato e desvio do desconforto. E no que se refere à orientação eudaimônica, pode se tornar um recurso importante ao passo que auxilia através do foco e persistência a garantir objetivos e cumprimento de metas que promovem o sentido de autorrealização.

Compreender a etiologia da autorregulação e das orientações para as atividades envolve reconhecer uma interação dinâmica entre vários fatores de vida. Essas aptidões individuais são definidas através de características pessoais que são desenvolvidas de acordo com fatores psicológicos, biológicos e por influência da relação com o ambiente (Vohs & Baumeister, 2016). Ou seja, quando mencionados anteriormente os diferentes tipos de geração e a influência da era digital na formação individual, tem-se em consideração a implicação na capacidade de autorregulação e no estabelecimento das orientações para as atividades no seu desenvolvimento.

Ainda que duas ou mais pessoas possam apresentar o mesmo comportamento, como por exemplo o uso do *smartphone*, podem ter razões diferentes. Dessa maneira, a compreensão das orientações hedônicas e eudaimônicas são importantes (Huta, 2016). As orientações para as atividades acabam por determinar a forma como uma pessoa vai executar um comportamento, portanto, também possuem uma relação implícita com o funcionamento do sujeito e conseqüentemente com sua autorregulação (Ortner, et. al., 2018).

Por fim, a relação entre essas aptidões ressalta a relevância delas na moldagem de uma vida mais plena e saudável (Ryff, 1989), o que pode vir a combater o comportamento de adição ao *smartphone* nas gerações mais impactadas - X, Y e Z, comportamento este que diminui de forma abrangente o bem-estar individual, e que requer atenção para medidas de intervenção e prevenção (Yang, Asbury & Griffiths, 2019).

## **Objetivos do estudo**

Esta dissertação tem como objetivo explorar a relação entre as orientações hedônicas e eudaimônicas e o comportamento de adição ao smartphone a partir da investigação de como as preferências por adotar atividades que permitem experienciar prazer imediato ou desvio de desconforto, ou que pelo contrário, priorizam a busca pela autenticidade, excelência, crescimento pessoal ou significado podem determinar maior ou menor tendência para o comportamento de adição ao smartphone. Além disso, pretende-se examinar o papel da autorregulação como mediadora, ou seja, se ela permite explicar, pelo menos em parte, a relação entre as variáveis orientações hedônicas e eudaimônicas e o comportamento de adição ao smartphone.

Por fim, busca-se avaliar o impacto das gerações X, Y e Z como moderadoras destas relações, ou seja, ao considerar as características específicas dessas gerações verificar se estas podem potenciar ou enfraquecer a relação entre as orientações hedônicas/eudaimônicas, autorregulação e adição ao *smartphone*. Essas respostas podem contribuir na busca por aprimoramento da saúde psicológica e bem-estar dessas populações.

Como hipóteses desta investigação, espera-se que a variável autorregulação explique a relação entre as orientações para as atividades e o nível de adição ao smartphone (pelo menos em partes), e que essa relação sofre alterações diante das características de cada grupo geracional (X, Y e Z). É considerado também que haja uma relação negativa entre o nível de adição ao smartphone e a autorregulação, uma relação positiva entre as orientações hedônicas e os níveis de adição ao smartphone e uma relação negativa entre as orientações eudaimônicas e o nível de adição ao smartphone.

## Método

### Delineamento

O presente estudo tem caráter comparativo, por comparar três gerações (X, Y e Z), e correlacional, por relacionar as variáveis: orientação hedônica e eudaimônica, autorregulação e nível de adição ao *smartphone*. As variáveis preditoras são as orientações hedônicas e eudaimônicas, a variável mediadora é a autorregulação, a variável de resultado é o nível de adição ao *smartphone*, e as variáveis moderadoras são as gerações X, Y e Z.

### Participantes

A investigação contou com a participação de 187 adultos de forma voluntária. Deste número total, 34 são do género masculino e 153 são do género feminino e em termos de divisão a partir da nacionalidade, tem-se 153 brasileiros e 34 portugueses, como pode ser observado na Tabela 1. Ademais, o grupo foi dividido em gerações, sendo 25 participantes da geração X (nascidos entre 1965-1980), 78 da geração Y (nascidos entre 1981-1996) e 84 participantes da geração Z (nascidos entre 1997-2012), os indivíduos da geração Z nascidos entre 2007-2012 não entraram nos critérios de inclusão da investigação por serem menores de 18 anos. Ainda na Tabela 1, no que se refere à situação profissional, foi apontado uma quantidade maior de participantes estudantes.

**Tabela 1** - *Características sociodemográficas da amostra (N=187)*

Variável		%	N
Género	Feminino	81.1%	153
	Masculino	18.2%	34
Nacionalidade	Brasileira	81.1%	153
	Portuguesa	18.2%	34
Geração	Geração X: 1965-1980	13.4%	25
	Geração Y: 1981-1996	41.7%	78
	Geração Z: 1997-2006	44.9%	84
Situação	Trabalhador por conta de outrem	26.2%	49

Profissional	Trabalhador por conta própria	20.9%	39
	Trabalhador e estudante	16.6%	31
	Estudante	29.9%	56
	Desempregado	1.6%	3
	Outro	4.8%	9

Além destes elementos, foram coletados outros dados que podem ser observados na Tabela 2, como por exemplo: meio pelo qual responderam o questionário, salientando um número maior de respostas via *smartphone* e sentimento que normalmente apresentam quando estão a fazer uso do *smartphone*, sendo que as respostas ( $n=78$ ) foram mais altas no ponto central de uma escala de 5 pontos, apontando para uma neutralidade entre ótimo e péssimo nos extremos.

No que se refere à ordem de finalidade de uso do *smartphone*, apesar de não constar na tabela 2, as respostas que apareceram em primeiro lugar foi lazer ( $N=134$ ), em segundo lugar estudos ( $n=60$ ) e em terceiro lugar ler notícias e estudos com frequências muito próximas,  $n=55$  e  $n=56$  respectivamente. Nas perguntas voltadas à noção de conhecimento geracional, a alternativa escolhida com mais frequência para definir a geração Y foi “nascidos entre 1981-1996” ( $N= 105$ ), a quanto a geração Z, a alternativa mais escolhida foi “nascidos entre 1997-2012” ( $N= 90$ ), o que demonstra que a amostra possui um conhecimento expressivo do coorte geracional.

**Tabela 2 - Características específicas da amostra (N=187)**

Variável		%	N
Definição da geração Y	Geração digital	12.8%	24
	Geração do bem-estar	3.7%	7
	Geração global	10.2%	19
	Nascidos entre 1900-2000	12.8%	24
	Nascidos entre 1981-1996	56.1%	105
	Nascidos entre 1997-2012	4.3%	8
Definição da geração Z	Geração digital	30.5%	57
	Geração do bem-estar	5.9%	11
	Geração global	4.3%	8
	Nascidos entre 1900-2000	5.9%	11
	Nascidos entre 1981-1996	5.3%	10
	Nascidos entre 1997-2012	48.1%	90
Meio pelo qual respondeu o questionário	Computador	7.0%	13
	Laptop/Notebook	5.3%	10
	Smartphone	86.1%	161
	Tablet	1.6%	3
Como se sente quando está a fazer uso do smartphone	Ótimo	17.1%	32
	2	32.1%	60
	3	41.7%	78
	4	8.0%	15
	Péssimo	1.1%	2

### Instrumentos

A presente investigação conta com três instrumentos, Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR) versão adaptada para a população brasileira do *Short Self-regulation questionnaire*, Escala de dependência do smartphone (*Smartphone addiction scale – Short-version - SAS-SV*), Escala de motivos hedônicos, eudaimônicos e extrínsecos para as atividades (*Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities scale - HEEMA*), e um questionário sociodemográfico.

## **Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR)**

O *Self-Regulation Questionnaire* (SRQ) original (Carey, Neal & Collins, 2004), mede a capacidade individual de regular comportamentos de modo a alcançar resultados futuros desejados a partir de 63 itens. Os itens são respondidos numa escala de resposta de 5 pontos, variando entre “concordo totalmente” e “discordo totalmente”, sendo que scores mais baixos indicam menor capacidade de autorregulação. Embora a SRQ tenha a intenção de contemplar 7 fatores, em análises posteriores foi identificado que a escala se trata de unifatorial. Assim, estendendo-se estudos psicométricos, surgiu uma versão reduzida de 31 itens unifatorial, a *Self-Regulation Questionnaire – Short version* (SSRQ  $\alpha = 0,92$ ). Esta, foi altamente correlacionada com o SRQ original ( $r = 0,96$ ) (Carey, Neal & Collins, 2004).

Já a versão escolhida - Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR) (Almeida & Behlau, 2017), é uma versão adaptada para a população brasileira do *Short Self-regulation questionnaire – Short version* (Neal, Carey, 2005). Em estudos com a população portuguesa, o instrumento apresentou uma boa estrutura fatorial, com majoritariamente dos itens a apresentar saturações superiores à 0,40, além de um alfa total de 0,89 (Dias & Castillo, 2009).

O Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR) é composto por 31 itens divididos em 2 dimensões: estabelecimento de objetivos que inclui os itens: 1- geralmente eu controlo meu progresso até atingir meus objetivos, 5, 8, 12, 14, 15, 16\* - tenho dificuldade para definir meus próprios objetivos, 17\*, 18, 19\*, 20, 21, 25 e 26 e controle de impulsos (2\*, 3\* - distraio-me dos meus planos facilmente, 4\*, 6\*, 7\*, 9\* 10\*, 11\*, 13, 22\*, 23\*, 24, 27, 28 – geralmente penso antes de agir, 29). No que se refere à cotação, os itens com asterisco\* são cotados inversamente, os itens 30 e 31 não entram no somatório e o restante dos itens soma-se normalmente. No escore total a pontuação máxima é de 145 e mínima 49. Na dimensão controle de impulsos, a pontuação máxima é de 75 pontos, e na dimensão controle de objetivos a pontuação máxima é de 70 pontos (Almeida & Behlau, 2017).

Esta versão adaptada em termos linguísticos e culturais para o português do Brasil (QRAR) foi inicialmente traduzida por duas profissionais da fonoaudiologia, fluentes na língua inglesa, além de retrotraduzido duas vezes por profissionais diferentes com vasta experiência em validação de instrumentos e fluentes na língua do questionário original. Foram feitas comparações entre as traduções e retrotraduções e com isso alguns ajustes

consensuais que contribuíram para chegar na versão final do Questionário Reduzido de Autorregulação (QRAR). Foram seguidas as orientações da *Scientific Advisory Committee of Medical Outcome Trust* para tradução e equivalência linguística do instrumento, e este, pode ser utilizado para investigar o construto da autorregulação em diferentes populações (Almeida & Behlau, 2017).

### **Escala de dependência do smartphone (*Smartphone addiction scale – Short-version - SAS-SV*)**

O instrumento *Smartphone Addiction Scale – Short version* (SAS-SV) é uma medida de autorrelato derivada da escala original Smartphone Addiction Scale (Kwon et al., 2013). Esta última é dividida em 6 fatores: prejuízo cotidiano, antecipação positiva, retraimento, relações orientadas para o ciberespaço, uso excessivo e tolerância. Os fatores são considerados em 33 itens com uma escala de 6 pontos (1: concordo fortemente e 6: discordo fortemente) e consistência interna de  $\alpha = 0.966$ . A versão reduzida (SAS-SV) reduziu o número de itens para 10 a partir de uma revisão de 6 especialistas, apontando uma validade de conteúdo de 0.78. A validade convergente foi feita a partir de SAS, SAPS e KS-scale com uma correlação significativa:  $p < .001$ . (Kwon, et al., 2013). A consistência interna da SAS-SV foi de 0.91,  $M = 25,26$  e o  $DP = 10,78$  (Kwon, et al., 2013).

A versão escolhida para a investigação é o SAS-SV *short-version* validado para a população portuguesa. Este foi traduzido por uma estudante de psicologia e por uma profissional especialista no tema de dependência online. Ainda, foi realizada a retrotradução, do inglês para o português, por uma psicóloga fluente em inglês que confirmou o sentido dos itens. A última etapa do processo foi uma tradução da versão final do português para o inglês com a intenção de confirmar a equivalência entre a versão original e a versão portuguesa. Foi comprovada a correspondência conceptual e semântica da escala (Água, Patrão, & Leal, 2017).

A versão portuguesa da escala também avalia a dependência do sujeito ao *smartphone* através de uma escala likert unidimensional de 10 itens, com 6 pontos cada. Variando entre 1 – “Discordo fortemente” e 6 – “Concordo Fortemente” (Água, Patrão, & Leal, 2017). Exemplo do item 1: Indique em que medida você se identifica com as afirmações que se seguem: não acaba trabalhos planeados devido ao uso do smartphone. Nesta adaptação a consistência interna foi elevada, obtendo o valor de  $\alpha = 0.86$  (Água, Patrão, & Leal, 2017). Constatou boa validade fatorial:  $\chi^2 / Df = 3.291$ , RMSEA = 0.069,

NFI = 0.938, CFI = 0.956; GF = 0.956 e se confirmou a estrutura unidimensional (Água, Patrão, & Leal, 2017). O score final é obtido a partir da soma das respostas (1 – 6), sendo que os valores de *cut off* para o género feminino é de 33, e o masculino 31. Valores que estejam abaixo desse score indicam resultados negativos à dependência ao smartphone, e o contrário, positivos (Kwon et al., 2013). Vale salientar que embora o instrumento utilizado originalmente meça a dependência, esta reflete o uso problemático do uso do smartphone, e conseqüentemente comportamentos típicos da adição.

A partir dos resultados da validação do instrumento, conclui-se que a SAS-SV versão portuguesa é um instrumento que pode ser usado na população portuguesa em geral, permitindo a investigação do construto “dependência do *smartphone*” tanto em adolescentes quanto em adultos (Água, Patrão, & Leal, 2017; Kwon, et al., 2013).

### **Escala de motivos hedónicos, eudaimónicos e extrínsecos para as atividades (*Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities scale - HEEMA*)**

A escala *Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities* (HEEMA) foi estruturada originalmente por Huta e Ryan (2010), mas no presente estudo será utilizada a versão portuguesa deste instrumento, validada por Ramos, Mira & Costa (2018). Esta escala pode ser utilizada em níveis diferentes de mediação, o primeiro deles é o de traço (foca na obtenção de informações gerais sobre o indivíduo), o segundo à nível de estado (atém-se às orientações da pessoa em um recorte de tempo e momento) e o terceiro, a nível situacional, pois percebe as orientações do indivíduo com relação à uma atividade em específico (Huta, 2018). Este último nível foi adotado na presente investigação, com a atividade específica de “o uso do smartphone”.

Os itens da HEEMA são respondidos numa escala de 7 pontos, sendo 1 – maneira nenhuma, e 7 muito. É constituída por dezesseis itens no total, cinco destes são voltados para a orientação/motivação eudaimónica (2, 3, 5, 8 - identifique em que grau ou em que medida tipicamente usa o smartphone com cada uma das seguintes intenções: procurar usar o melhor que há em si, as suas qualidades? - e 10), seis itens para orientação/motivação hedónica (1 – identifique em que grau ou em que medida tipicamente usa o smartphone com cada uma das seguintes intenções: procurar relaxar? 4, 6, 7, 9 e 16) e 5 itens voltados para a motivação extrínseca (11, 12, 13, 14 - identifique em que grau ou em que medida tipicamente usa o smartphone com cada uma das seguintes intenções: procurar ser admirado(a) e conhecido(a)? - e 15). Essa divisão configura 3 subescalas que pretendem entender as orientações para o de bem-estar dos indivíduos

(Ramos, Mira & Costa, 2018). Ainda, a subescala sobre orientação hedônica possui duas dimensões, uma voltada para o prazer, com três itens (4, 6 e 9), e outra voltada para o conforto, constituída por três itens também (1, 7 e 16) (Ramos, Mira, & Costa, 2018).

A HEEMA original aponta bons resultados de propriedades psicométricas, sendo a consistência interna da subescala eudaimônica  $\alpha = 0.84$ , da subescala hedônica voltada ao prazer  $\alpha = 0.82$ , da hedônica relacionada ao conforto  $\alpha = 0.79$  e da subescala motivação extrínseca  $\alpha = 0.91$ . Além disso, apresenta intercorrelação significativa entre as elas. E a cotação dos scores é feita através das médias (LeFebvre & Huta, 2021).

Na sua versão portuguesa, este instrumento apresentou consistência interna de  $\alpha = 0.926$  no quesito escala completa, apresentando bons indicativos de propriedades psicométricas. Na análise referente às subescalas também obteve valores altos em termos de consistência interna:  $\alpha = 0.898$  para a orientação/motivação eudaimônica,  $\alpha = 0.897$  para orientação/motivação hedônica (na dimensão prazer  $\alpha = 0.878$ , e na dimensão conforto  $\alpha = 0.769$ ) e para a motivação extrínseca  $\alpha = 0.889$  (da Silva, 2020).

## **Procedimentos**

Com o uso do recurso “*google forms*” foi produzido um questionário que engloba as 9 questões de caracterização da amostra (tabela 1 e 2), e os 3 instrumentos (57 itens somados ao total) utilizados na investigação (HEEMA, SAS-SV e QARR). Este questionário, foi disponibilizado aos participantes de forma *online* em redes sociais pertinentes ao estudo. O método utilizado para captação de participantes foi o de conveniência e bola de neve.

Os critérios de inclusão dos participantes foram pertencer à uma das gerações do estudo (x, y ou z), terem idade maior ou igual há 18 anos e possuírem nacionalidade Brasileira e/ou Portuguesa. A resposta ao questionário se sucedeu após o consentimento informado dos participantes, garantindo a concordância com a participação na investigação, a confidencialidade dos dados (que serão analisados de forma agregada) e proteção da sua identidade.

O método de busca “bola de neve”, consiste em a investigadora definir um participante de interesse que se enquadre nos critérios, que possa estar respondendo o questionário e indicando outros participantes com perfil em comum (Vinuto, 2014). A vantagem dessa amostragem é a possibilidade de um crescimento mais rápido da amostra, porém, pode não representar tão seguramente a população de estudo (Vinuto, 2014).

## **Análise de Dados**

Na apresentação dos dados foi inicialmente realizado o cálculo de algumas medidas de estatística descritiva como: medidas de localização, que caracterizam a ordem dos dados (média, mediana e moda), medidas de dispersão que quantificam o quanto os dados variam (valor máximo e mínimo e desvio padrão) e a medida de confiabilidade das escalas, o Alpha de Cronbach, com o objetivo de obter uma visão geral do conjunto de dados (Murteira, 1993), e na sequência, foi realizado o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov para verificar a distribuição das variáveis (normal ou anormal).

Em seguida, foram feitas comparações das médias dos resultados das variáveis em estudo em função dos diferentes grupos geracionais a partir do teste estatístico *One Way* Anova, e na sequência um teste *Post-Hoc* de *Tukey* com o objetivo de verificar as diferenças de médias entre cada uma das gerações (X, Y e Z). Considerando o teste de homogeneidade das variâncias de Levene, em que todas variáveis foram homogêneas. Na sequência, foi realizado o cálculo do coeficiente de correlação de *Pearson* a partir das correlações bivariadas, com o objetivo de analisar a direção, força e a significância das correlações entre todas as variáveis em estudo.

Após esses passos, foram feitas regressões lineares simples com todas as variáveis de estudo com a intenção de verificar a relação entre variáveis dependentes e independentes. Considerando os pressupostos necessários de linearidade, homogeneidade e relação entre os resíduos independentes, os quais foram cumpridos todos. Em sequência realizaram-se o processamento de regressões lineares múltiplas pelo método *Enter*. Foram assegurados os pressupostos das análises de regressão a partir do cálculo dos valores de *Variance Inflation Factor* (VIF), do teste de Durbin Watson e homoscedastidade

Após a realização das regressões simples, o foco foi dado aos modelos específicos, como o de regressão com mediação simples e o de mediação moderada no SPSS versão SPSS29, a partir da extensão *PROCESS*. Esta, é uma extensão da análise de regressão que permite examinar como a relação entre as variáveis predictoras e a variável de resultado é mediada por outra variável e como essa mediação pode variar em diferentes níveis das variáveis moderadoras (Hayes, 2017). Enquanto a mediação foca no como determinado efeito vai operar, a moderação analisa quando, em quais circunstâncias e como diferentes tipos de pessoa influenciam ou não em determinado efeito, ou na magnitude de uma resposta (Hayes, 2017).

## Resultados

### Análise descritiva das escalas e normalidade

No que se refere à análise descritiva das escalas, exibida na tabela 3, é possível perceber que todas as escalas e subescalas utilizadas apresentaram alta confiabilidade, registrando consistências internas maiores que  $\alpha = .70$ , com exceção da subescala orientação hedónica conforto ( $\alpha = .63$ ). Para além disso, os resultados das médias indicaram maior propensão a orientação hedónica na amostra global dos participantes ( $M = 5.10$ ), principalmente na dimensão prazer, e menor propensão a orientações eudaimónicas ( $M = 4.17$ ). Quanto ao nível de adição ao smartphone, apesar do valor máximo ter alcançado um nível de dependência significativo, a média está abaixo do *cutoff* (33 feminino, 31 masculino). Os resultados do construto autorregulação apontaram para  $M = 107.7$ , considerando que a pontuação máxima do teste é de 145, e a mínima de 49.

É possível observar ainda na tabela 3 que todas variáveis apresentaram valores de assimetria negativos, o que sugere uma tendência de direção a pontuações mais altas. O valor mais alto encontra-se na variável “hedónica prazer” (-0.619) e “hedónica global” (-.505). Já no que se refere à variável “eudaimónica” a assimetria é menos pronunciada, com o valor de -0.106, o que indica que a distribuição é mais equilibrada do que nas outras variáveis. Por fim, na análise da curtose, os valores ficaram todos abaixo de 1, o que demonstra que a distribuição é achatada em comparação a normal, e que os valores se concentram mais próximos da média.

De acordo com os resultados do teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov, as variáveis: nível de adição ao smartphone, autorregulação e orientações eudaimónicas obtiveram distribuição normal por apresentarem um nível de significância maior que 0.05. As restantes, orientações hedónicas (tanto no seu aspecto global, quanto na dimensão conforto e prazer), controle de impulsos e estabelecimento de objetivos não registaram distribuição normal.

**Tabela 3 - Análise descritiva das escalas na amostra global**

Variável	M	DP	Máx-Min	Ass.	Ct	( $\alpha$ )
Orientações						
O. Hedónica global (6)	4.90	1.16	7.00-1.00	-.50	.08	.83
O. Hedónica prazer (3)						
O. Hedónica conforto (3)	5.10	1.27	7.00-1.00	-.62	-.02	.79
O. Eudaimónica (5)	4.70	1.24	7.00-1.00	-.35	-.13	.63
	4.17	1.30	7.00-1.00	-.11	-.34	.80
Autorregulação						
Autorregulação Global (29)	107.77	15.24	138.00-69.00	-.15	-.74	.88
Controle de impulsos (15)	51.95	9.20	70.00 -30.00	-.27	-.68	.82
Estabelecimento de objetivos (14)	51.78	6.96	66.00-35.00	-.16	-.58	.72
Nível de adição ao Smartphone	30.79	10.28	59.00-10.00	.20	-.48	.84

*Nota.* O. = orientações; M= Média; DP=Desvio-padrão; Min.= Mínimo; Max.= Máximo; Ass. = Assimetria; Ct = Curtose; ( $\alpha$ ) = alfa de Cronbach.

### Comparação das médias das variáveis em função das gerações X, Y e Z

A fim de realizar uma comparação das médias das variáveis em estudo em função das 3 gerações, realizou-se uma ANOVA *one-way* e subsequentes teste de comparação múltipla de médias (Tukey).

Os resultados do teste de homogeneidade das variâncias de Levene, apontaram para variâncias homogêneas, ou seja, todas as variáveis apresentaram  $p > 0.05$  em função das diferentes gerações. No que se refere aos resultados do teste ANOVA, revelaram diferenças significativas entre os grupos nas variáveis autorregulação global ( $F = 11.43$ ;  $p < .001$ ), bem como suas dimensões – estabelecimento de objetivos ( $F = 12.09$ ;  $p < .001$ ) e controle de impulsos ( $F = 8.10$ ;  $p < .001$ ). A variável adição ao smartphone também obteve diferença significativa entre os grupos ( $F = 6.09$ ;  $p = .003$ ), assim como a orientação hedónica global ( $F = 10.64$ ;  $p < .001$ ) e suas componentes conforto ( $F = 6.01$ ;  $p = .003$ ) e prazer ( $F = 12.84$ ;  $p < .001$ ). A única variável que não revelou diferença estatisticamente significativa entre os grupos foi a orientação eudaimónica ( $F = 2,54$ ;  $p =$

.082). O que indica uma similaridade de médias dos grupos quanto diz respeito à variável orientação eudaimónica, e a presença de diferenças significativas entre as médias apresentadas pelas 3 gerações nas variáveis: orientação hedónica; autorregulação e nível de adição ao smartphone.

Diante desse resultado, optou-se por realizar o teste *Post-Hoc de Tukey* a fim de verificar especificamente as diferenças de resultados entre cada uma das três gerações. O teste de Tukey é apropriado quando se tem 3 ou mais grupos.

**Tabela 4 - Análise descritiva das variáveis de estudo em função das gerações X, Y e Z, ANOVA one-way e post hoc de Tukey**

Variável	Geração	N	M (DP)	
ARG	geração x <sup>a</sup>	25	119,44 (12,48)	
	geração y <sup>b</sup>	78	108,35 (13,59)	
	geração z <sup>b</sup>	84	103,77 (15,70)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias ARG		<i>p</i>
	x-y		11,09	.003
	x-z		15,67	<.001
	y-z		4,57	.112
Variável	Geração	N	M (DP)	
CI	geração x <sup>a</sup>	25	58,00 (7,81)	
	geração y <sup>b</sup>	78	52,22 (8,50)	
	geração z <sup>b</sup>	84	49,90 (9,46)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias CI		<i>p</i>
	x-y		5,78	.014
	x-z		8,10	<.001
	y-z		2,31	.224
Variável	Geração	N	M (DP)	
EO	geração x <sup>a</sup>	25	57,36 (5,74)	
	geração y <sup>b</sup>	78	51,95 (5,99)	
	geração z <sup>b</sup>	84	49,98 (7,28)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias EO		<i>p</i>
	x-y		5,41	.001
	x-z		7,38	<.001
	y-z		1,97	.139
Variável	Geração	N	M (DP)	
AS	geração x <sup>a</sup>	25	24,68 (8,06)	
	geração y <sup>b</sup>	78	32,71 (10,65)	
	geração z <sup>b</sup>	84	30,83 (9,91)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias AS		<i>p</i>
	y-x		8,03	.002
	z-x		6,15	.021
	y-z		1,87	.461
Variável	Geração	N	M (DP)	
OHG	geração x <sup>a</sup>	25	3,96 (1,40)	
	geração y <sup>b</sup>	78	5,00 (1,12)	
	geração z <sup>b</sup>	84	5,10 (1,00)	
Post-hoc Tukey (Variável OHG)				

Comparação gerações		Diferença de médias OHG		<i>p</i>
	y-x		1,04	<.001
	z-x		1,14	<.001
	y-z		0,07	.861
Variável	Geração	N	M (DP)	
OHP	geração x <sup>a</sup>	25	3,99 (1,44)	
	geração y <sup>b</sup>	78	5,24 (1,19)	
	geração z <sup>b</sup>	84	5,32 (1,11)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias OHP		<i>p</i>
	y-x		1,26	<.001
	z-x		1,33	<.001
	z-y		0,07	.918
Variável	Geração	N	M (DP)	
OHC	geração x <sup>a</sup>	25	3,93 (1,42)	
	geração y <sup>b</sup>	78	4,77 (1,25)	
	geração z <sup>b</sup>	84	4,87 (1,10)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias OHC		<i>p</i>
	y-x		0,83	.009
	z-x		0,94	.002
	z-y		0,11	.837
Variável	Geração	N	M (DP)	
OE	geração x <sup>a</sup>	25	3,72 (1,44)	
	geração y <sup>a</sup>	78	4,12 (1,28)	
	geração z <sup>a</sup>	84	4,36 (1,22)	
Post-hoc Tukey				
Comparação gerações		Diferença de médias OE		<i>p</i>
	y-x		0,40	.367
	z-x		0,64	.074
	z-y		0,24	.453

*Nota.* ARG – autorregulação global; CI – controle de impulsos; EO – estabelecimento de objetivos; NAS – nível de adição ao smartphone; OHP – orientação hedônica conforto; OHC – orientação hedônica prazer; OE – orientação eudaimônica; ME – motivação extrínseca.

*Nota 2.* - As letras sobrescritas indicam a significância da diferença de média entre os grupos (conforme determinado pelo teste post-hoc de Tukey). Letras iguais indicam não significância, enquanto letras diferentes apontam para significância na diferença de médias.

De acordo com os resultados obtidos na tabela 4 é possível perceber que a geração X apresenta médias com diferenças significativas em relação as gerações Y e Z. Os dados sugerem que os níveis de autorregulação global e suas dimensões são maiores na geração X do que nas gerações Y e Z, com diferenças mais expressivas na relação com a geração Z. Além disso, indicam que a geração X apresenta níveis menores de adição ao *smartphone* do que as gerações Y e Z, com diferenças mais expressivas na comparação com a geração Y.

Quanto aos resultados relativos à orientação hedônica global, a geração X apresentou diferenças significativas na relação das médias com a geração Y e Z. Sendo que a geração Y e Z apresentam maiores médias de orientação hedônica do que a geração X. Por fim, no que se refere à orientação eudaimônica, não houve diferença significativa das médias entre nenhuma das gerações.

Em resumo, as gerações Y e Z não mostraram diferenças significativas das médias em nenhuma das variáveis em estudo, ou seja, tendem a ter médias similares, e a geração X se difere significativamente da geração Y e Z.

### Regressão linear simples entre as variáveis de estudo

Nas relações bivariadas entre as variáveis de estudo pode-se destacar que a orientação eudaimónica só se relaciona significativamente, a ainda assim de forma fraca, com o nível de adição ao *smartphone*. As restantes, se relacionam de forma significativa entre si, com níveis fracos a moderados (consultar Anexo E).

Com o objetivo de analisar a relação entre preditores e *outcome*, foram realizadas regressões lineares simples a partir do método “*Enter*” com as variáveis de estudo. A intenção foi de hierarquicamente explorar a contribuição de cada variável no modelo. No primeiro bloco foram adicionadas as variáveis predictoras “orientação hedónica” e “orientação eudaimónica”, e no segundo bloco foi incluída a variável autorregulação, mantendo a variável nível de adição ao *smartphone* como variável dependente. Os pressupostos de homoscedastidade, normalidade dos resíduos e multicolinearidade foram atendidos.

De acordo com a tabela 5 nos resultados obtidos a partir da regressão linear simples utilizando o método *Enter*, foi possível constatar que as variáveis predictoras orientação eudaimónica e hedónica explicam 13.2% ( $R^2 = .123$ ) da variabilidade em nível de adição ao *smartphone*, e o modelo é estatisticamente significativo ( $F = 14.02$ ;  $p < .001$ ). Quanto ao modelo 2, também significativo ( $F = 47.11$ ;  $p < .001$ ), quando a autorregulação global é adicionada, a variabilidade aumenta para 31% ( $R^2 = .310$ ) (Tabela 6).

**Tabela 5** – Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao *smartphone*; v.i's: orientação hedónica; orientação eudaimónica)

Variável dependente	Variáveis predictoras	$\beta$	t	p
Nível de adição ao <i>smartphone</i>	O. Hedónica	2.96	4.54	<.001
	O. Eudaimónica	.468	.844	.40
$R^2$		F		p
.132		14.02		<.001

No modelo 1, apresentado na tabela 5, que considera somente as variáveis orientação hedónica e eudaimónica como predictoras do nível de adição ao smartphone, a orientação hedónica teve um coeficiente de  $\beta = 2.96$  e o valor de  $p < .001$ , indicando uma relação forte, positiva e significativa com o nível de adição ao smartphone. A orientação eudaimónica por sua vez, apresentou um coeficiente de  $\beta = .498$  e  $p = .40$ , o que sugere que esta relação não é significativa. Isso indica que quando controlada pela orientação hedónica, a orientação eudaimónica não tem um impacto estatisticamente significativo no nível de adição ao smartphone.

**Tabela 6** – Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao smartphone; v.i's: orientação hedónica; orientação eudaimónica; autorregulação global)

Variável dependente	Variáveis predictoras	$\beta$	t	p
Nível de adição ao smartphone	O. Hedónica	1.71	2.80	.006
	O. Eudaimónica	.626	1.18	.237
	Autorregulação	-.299	-6.86	<.001
Global				
	$R^2$		F	p
	.310		47.11	<.001

Quanto ao modelo 2, a orientação hedónica continuou exercendo uma predição significativa, mas diminuiu para  $\beta = 1.71$ , o que sugere que adicionando a variável autorregulação, a força da relação entre a orientação hedónica e nível de adição ao *smartphone* diminuiu (Tabela 6). No entanto, a orientação eudaimónica permaneceu não significativa ( $p = .237$ ). A variável autorregulação apresentou um coeficiente negativo de  $\beta = -.299$ , e um  $p < ,001$ , o que indica uma relação significativa e negativa com o nível de adição ao smartphone, ou seja, maiores competências regulatórias indicam menos níveis de adição ao smartphone e vice-versa (Tabela 6).

Esses dados sugerem que o modelo 2 é mais robusto, já que fornece a possibilidade de uma compreensão mais detalhada dos fatores que podem influenciar a variável nível de adição ao *smartphone*. Como já esperado, a orientação hedónica revelou-se um preditor relevante do nível de adição ao smartphone, e a orientação eudaimónica apesar de ter apresentado um coeficiente de correlação de Pearson significativo com a variável adição ao *smartphone*, confirmou-se como uma variável

preditora não significativa nos dois modelos apresentados ( $p = .40$ ;  $p = .237$ ). Por fim, cabe salientar que a adição da variável autorregulação global ao modelo foi importante, revelando-se uma boa preditora (Tabela 5 e 6).

Considerando os resultados apresentados nas tabelas 5 e 6 das regressões lineares simples, a fim de compreender que outras variáveis poderiam exercer uma predição relevante do nível de adição ao *smartphone*, foram realizadas regressões lineares simples com as duas componentes da orientação hedônica – prazer e conforto, e as dimensões da autorregulação – estabelecimento de objetivos e controle de impulsos.

**Tabela 7 - Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao *smartphone*; v.i's: dimensão hedônica conforto; dimensão hedônica prazer)**

Variável dependente	Variáveis predictoras	$\beta$	t	p
Nível de adição ao <i>smartphone</i>	O. Hedônica	.022	.026	.979
	Conforto			
	O. Hedônica	3.11	3.88	<.001
	Prazer			
$R^2$		F		p
.148		16.03		<.001

O modelo apresentado na tabela 7 indica que as componentes conforto e prazer da variável orientação hedônica explicam juntas 14.8% ( $R^2 = .148$ ) da variabilidade do nível de adição ao *smartphone*, além do modelo demonstrar ser significativo estatisticamente ( $F = 16.03$ ;  $p < .001$ ).

Os resultados apresentados na tabela 7 sugerem que a componente conforto da orientação hedônica não exerce uma relevância significativa ( $p = .979$ ) em termos de predição da variável nível de adição ao *smartphone*. No entanto, a componente prazer, indica que é uma variável preditora significativa ( $p < .001$ ), em que o aumento de uma unidade desta componente, sugere o aumento de  $\beta = 3.11$  no nível de adição ao *smartphone*, ou seja, potencia a adição ao *smartphone* (Tabela 7).

**Tabela 8** - Regressão linear simples (v.d.: nível de adição ao *smartphone*; v.i's: dimensão hedônica conforto; dimensão hedônica prazer; dimensões da autorregulação: estabelecimento de objetivos e controle de impulsos)

Variável dependente	Variáveis preditoras	$\beta$	t	p
Nível de adição ao <i>smartphone</i>	O. Hedónica	-.078	-.106	.916
	Conforto			
	O. Hedónica	1.93	2.61	.010
	Prazer			
	Estabelecimento de objetivos	-.211	-1.64	.101
	Controle de Impulsos	-.371	-3.68	<.001
	R <sup>2</sup>		F	p
	.323		23.45	<.001

De acordo com a tabela 8 constata-se que ao acrescer as dimensões da autorregulação – estabelecimento de objetivos e controle de impulsos – como variáveis preditoras do modelo, este aumenta sua variabilidade para 32.3% ( $R^2 = .323$ ) e este continua significativo ( $F = 23.45$ ;  $p < .001$ ).

Neste modelo apresentado na tabela 8, as componentes prazer e conforto da orientação hedónica diminuem os seus coeficientes ( $\beta = 1.93$ ;  $\beta = -.078$  respetivamente), ou seja, perdem a força em termos de predição da variável adição ao *smartphone*, sendo que a componente conforto já não exercia uma relação significativa, e prazer continua significativa, potenciando a adição ao *smartphone*. A dimensão da autorregulação - estabelecimento de objetivos, não é estatisticamente significativa enquanto preditora da variável de adição ao *smartphone*, mas a dimensão controle de impulsos sim ( $p < .001$ ). Esta é inversamente proporcional à variável adição ao *smartphone* ( $\beta = -3.71$ ), o que indica que quando aumenta a capacidade de controle de impulsos, diminui os níveis de adição ao *smartphone*.

A partir desses resultados, buscou-se compreender o papel da autorregulação e sua dimensão controle de impulsos como mediadora, ou seja, se ela permite explicar, pelo menos em parte, a relação entre a variável orientação hedónica, e sua componente prazer e o comportamento de adição ao *smartphone*. As variáveis foram escolhidas para análise

por apresentarem valores relevantes como preditoras do nível de adição ao smartphone e as que não se apresentaram como preditoras significativas, não foram incluídas na análise seguinte.

### Modelo de mediação simples entre as variáveis de estudo

A análise foi feita através da extensão do SPSS PROCESS com o uso do modelo de mediação simples, (Hayes, 2022). O modelo testado inicialmente manteve a autorregulação como variável mediadora e o nível de adição ao smartphone como variável resultado, e orientação hedônica como variável preditora (Figura 1). Em um segundo momento foi substituída a variável mediadora pela dimensão da autorregulação – controle de impulsos, e a variável preditora para a componente da orientação hedônica – orientação hedônica prazer, mantendo o nível de adição ao smartphone como variável resultado (Figura 2). Essa escolha resulta de somente a variável controle de impulsos e orientação hedônica prazer mostraram-se significativas na relação com o nível de adição ao smartphone nas regressões lineares simples.

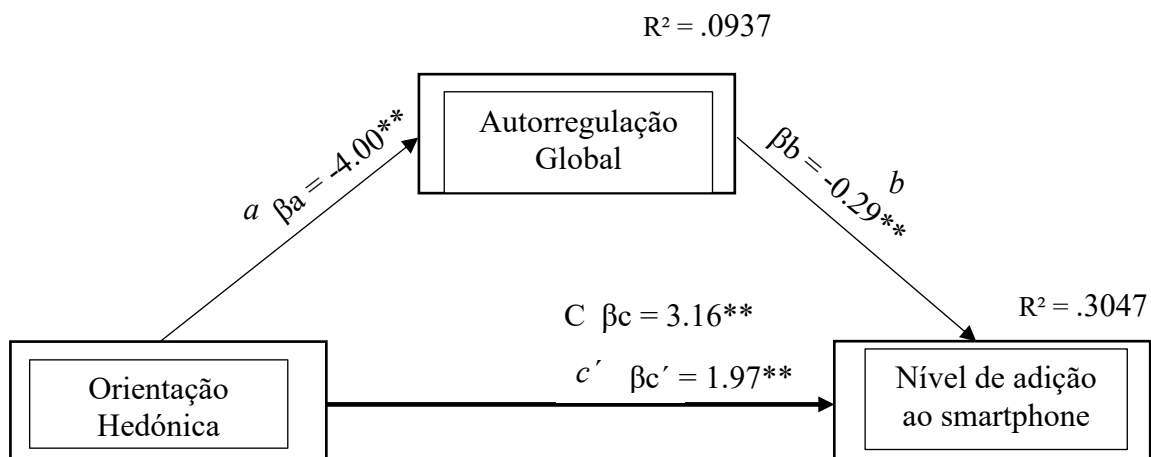


Figura 1 – Modelo<sup>1</sup> de mediação simples da autorregulação global na relação entre orientação hedônica e o nível de adição ao smartphone

<sup>1</sup>Legenda: a = representa o caminho de efeito da variável orientação hedônica (X) em autorregulação global (M);  $\beta a$  = O coeficiente beta associado ao caminho a, indicando a força e direção do efeito de X sobre M; b = caminho de efeito da variável autorregulação global (M) em nível de adição ao smartphone (Y);  $\beta b$  = coeficiente beta associado ao caminho b, indicando força e direção do efeito de M sobre Y; c = caminho de efeito total da variável X em Y, sem considerar M;  $\beta c$  = beta associado caminho c indicando força e direção do efeito total de X sobre Y;  $c'$  = caminho de efeito direto da variável X em Y, considerando M;  $\beta c'$  = coeficiente associado ao  $c'$ , indicando a força e a direção do efeito direto de X sobre Y, considerando M.

**Tabela 9 - Efeitos Indiretos da Orientação Hedónica e da sua Componente Prazer sobre o Nível de adição ao Smartphone, Mediados pela Autorregulação global**

Variável	Efeito Indireto	SE	LI	LS
Orientação Hedónica	1.19	0.33	0.58	1.87
Orientação Hedónica Prazer	1.25	0.31	0.68	1.91

De acordo com os resultados obtidos na figura 1, há uma indicação de que 30.47% da variação no nível de adição ao *smartphone* é explicada pela variável autorregulação global e orientações hedónicas juntas, e 9.37% da variação na autorregulação global é explicada pelas orientações hedónicas. Os resultados apresentados na figura 1, indica que existe um efeito total significativo das orientações hedónicas no nível de adição ao *smartphone* ( $\beta = 3.16; p = .000$ ), indicando que o aumento da variável orientação hedónica está associada ao aumento do nível de adição ao *smartphone*. Já a relação entre orientações hedónicas e autorregulação apresenta coeficiente negativo ( $\beta = -4.00; p = .000$ ), mas também é significativa, salientando que o aumento das capacidades regulatórias diminui as orientações hedónicas. A relação entre a variável autorregulação e nível de adição ao *smartphone* também se mostrou significativa e negativa ( $\beta = -0.29; p = .000$ ), destacando que as competências regulatórias também diminuem o nível de adição ao *smartphone*.

Quanto ao efeito indireto (efeito da variável autorregulação na relação entre as variáveis orientação hedónica e nível de adição ao *smartphone* a partir da sua adição ao modelo) apresentado na tabela 9 ( $\beta = 1.19$ ), este se mostrou significativo (reforçado pelo intervalo de confiança) e positivo. Justamente quando em interação com o efeito total da orientação hedónica em nível de adição ao *smartphone* reduz o coeficiente de  $\beta = 3.16^{**}$  para  $\beta = 1.97^{**}$ . Ou seja, a mediação da autorregulação entre orientações hedónicas e nível de adição ao *smartphone* é significativa, e parte do efeito das orientações hedónicas em nível de adição ao *smartphone* é explicado pela autorregulação. Esta se refere à uma mediação parcial, porque o efeito da orientação hedónica sobre o nível de adição ao *smartphone* continua significativo após a inserção da autorregulação no modelo, salientando que ambas as variáveis contribuem para explicar (orientação hedónica e autorregulação) o nível de adição ao *smartphone*.

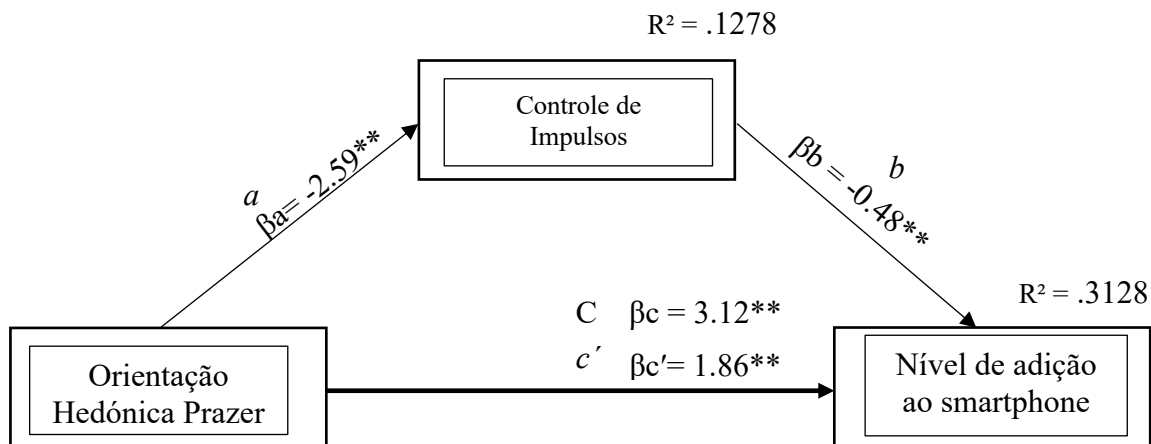


Figura 2 – Modelo de mediação de controle de impulsos na relação entre orientação hedônica prazer e o nível de adição ao smartphone

De acordo com a figura 2, é possível constatar que 12.7% da variação em controle de impulsos é explicada pela orientação hedônica prazer, e 31.2% da variação em nível de adição ao smartphone é explicada pela orientação hedônica prazer e controle de impulsos juntas. Todas as relações apresentaram coeficientes estatisticamente significativos, tanto os efeitos diretos quanto o indireto. Apontando para aumento da orientação hedônica prazer em associação ao aumento do nível de adição ao smartphone ( $\beta = 3.12$ ;  $p = .000$ ), aumento da orientação hedônica associado à diminuição de controle de impulsos ( $\beta = -2.59$ ;  $p = .000$ ), e aumento de controle de impulsos associado à diminuição no nível de adição ao smartphone ( $\beta = -.48$ ;  $p = .000$ ) (Figura 2).

A figura 2 sugere que o efeito global de orientação hedônica prazer em nível de adição ao smartphone é significativo ( $\beta = 3.12$ ;  $p = .000$ ), e esta relação sob efeito do mediador controle de impulsos continua significativa e positiva, porém diminuiu para  $\beta = 1.86$ ;  $p = .000$ ). Esta diminuição ocorre pelo efeito indireto significativo ( $\beta = 1.25$ ) apresentado na tabela 9. Isso quer dizer que parte do efeito entre orientação hedônica prazer e nível de adição ao smartphone é explicado pelo controle de impulsos. ao smartphone.

### Modelo de mediação moderada entre as variáveis de estudo

Com o intuito de verificar o papel mediador da variável autorregulação e sua dimensão controle de impulsos na relação entre as orientações e o nível de adição ao smartphone, e impacto das gerações X, Y e Z como moderadoras dessa relação, foi escolhido o Modelo 59 (Modelo de Mediação Moderada) da extensão do SPSS PROCESS.

Foram realizadas 10 análises de mediação moderada, alternando entre orientações hedônicas e sua dimensão orientação hedônica prazer, e orientação eudaimônica como predictoras, contemplando todas as gerações singularmente como moderadoras. Nesta ordem: OH – AR – AS e geração x; OE – AR – AS e geração x; OH – AR – AS e geração y; OHP – CI – e geração Y; OE – AR – AS e geração y; OE – CI – geração y; OH – AR – AS e geração z; OHP – CI e geração z e OE – AR – AS e geração Z; OE – CI – geração Z. Face à extensão dos resultados, só se apresenta os modelos que apresentaram moderação nas relações e/ou mediação (as restantes análises podem ser consultadas no Anexo E).

Apesar de saber que nos modelos em que se contou com a orientação eudaimônica como variável independente não ocorreria mediação (como visto no capítulo anterior) ainda assim optou-se por realizar a análise, com o enfoque na moderação de cada geração nas relações com as variáveis de estudo.

### Modelo de mediação moderada: Geração Y

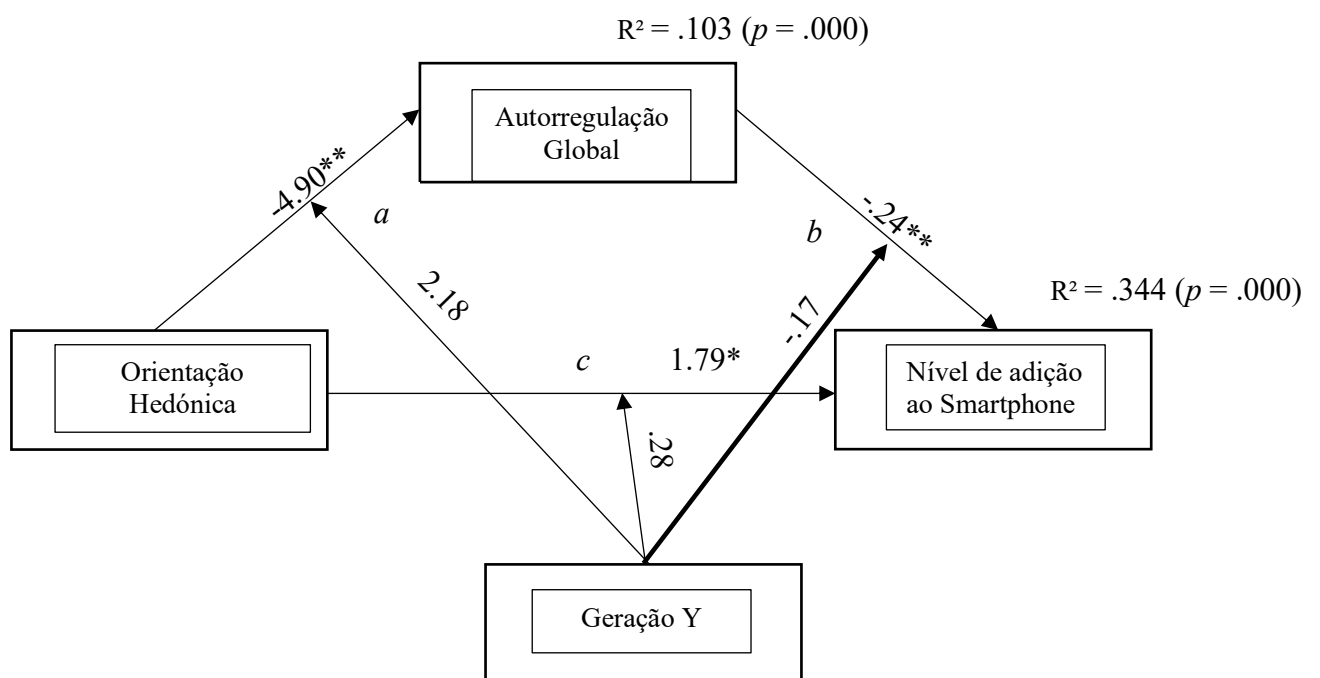


Figura 3 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação hedônica, nível de adição ao smartphone e geração y

**Tabela 10** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 5

Teste	F	p
Orientação Hedónica por Autorregulação Global (X*M)	1.34	.24
Orientação Hedónica por Geração Y (X*W)	.06	.80
Autorregulação Global por Geração Y (M*W)	3.62	.05

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

De acordo com a figura 3 e os resultados de interação na tabela 10, é possível dizer que houve uma interação significativa entre a variável autorregulação global e o moderador geração y ( $p = .05$ ). A interação entre os coeficientes:  $\beta = -.17$ ;  $p = .05$  e  $\beta = -.24$   $p = .000$  gerou um novo  $\beta = -.41$  ( $p = .000$ ), sugerindo que a geração y moderou de forma significativa a relação entre autorregulação global e o nível de adição ao smartphone. Nessa caso, ela potenciou a relação, indicando que na geração y, a variável autorregulação tem um impacto maior e significativo nos níveis de adição ao smartphone em comparação às outras gerações (Figura 3).

**Tabela 11** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre as orientação hedónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação hedónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	1.13	-.16	2.41
Efeito direto condicional entre orientação hedónica e nível de adição ao smartphone	2.08	.34	3.82
Índice de mediação-moderada	-.07	-1.66	1.38

De acordo com a tabela 11 houve um efeito direto significativo da variável orientação hedónica sobre o nível de adição ao smartphone, já que os intervalos de confiança não incluem zero. Porém, o efeito indireto não foi significativo, o que sugere que não houve mediação significativa.

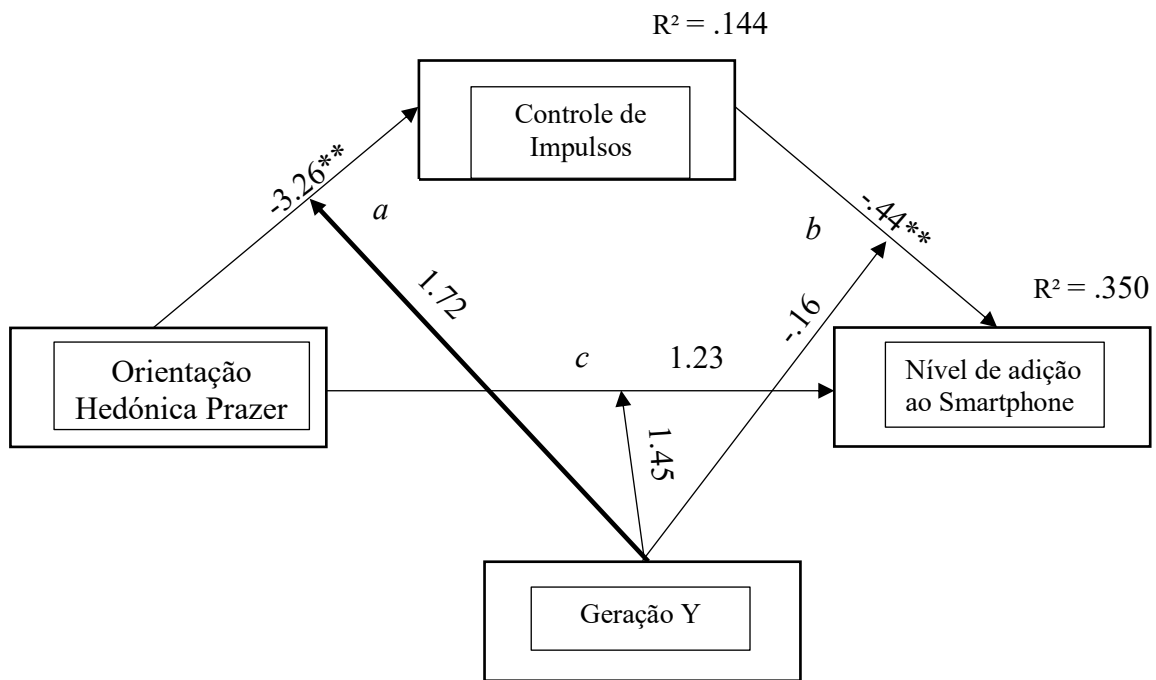


Figura 4 – Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação hedônica prazer, nível de adição ao smartphone e geração y

**Tabela 12** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 6

Teste	F	p
Orientação Hedônica Prazer por Controle de Impulsos (X*M)	3.56	.06
Orientação Hedônica Prazer por Geração Y (X*W)	1.83	.17
Controle de Impulsos por Geração Y (M*W)	1.23	.26

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

De acordo com a tabela 12, apesar de os testes de interação não apresentarem valores de  $p$  significativos, a interação entre a variável orientação hedônica prazer e controle de impulsos sofreu um efeito importante a partir da geração y. O coeficiente antes:  $\beta = -3.26$  ( $p = .000$ ), a partir da interação com  $\beta = 1.72$  ( $p = .09$ ) tornou-se  $\beta = -1.54$  ( $p = .06$ ), ou seja, além de diminuir o coeficiente, tirou sua significância. O que sinaliza que a geração y modera a relação entre orientação hedônica prazer e controle de impulsos, sinalizando que na geração y a orientação hedônica prazer tem um impacto maior no controle de impulsos do que as restantes gerações (Figura 4).

**Tabela 13** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre a orientação hedônica prazer, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação hedônica prazer em nível de adição ao smartphone via controle de impulsos	.94	-.21	2.16
Efeito direto condicional entre orientação hedônica prazer e nível de adição ao smartphone	2.68	1.05	4.30
Índice de mediação-moderada	-.51	-1.94	.92

Apesar do efeito da orientação hedônica prazer sobre o nível de adição ser significativo, os intervalos de confiança não incluem zero, o efeito indireto, que sinaliza a mediação pelo controle de impulsos não se apresentou estatisticamente significativo. O que consequente revela que a geração Y não modera significativamente a mediação (Tabela 13).

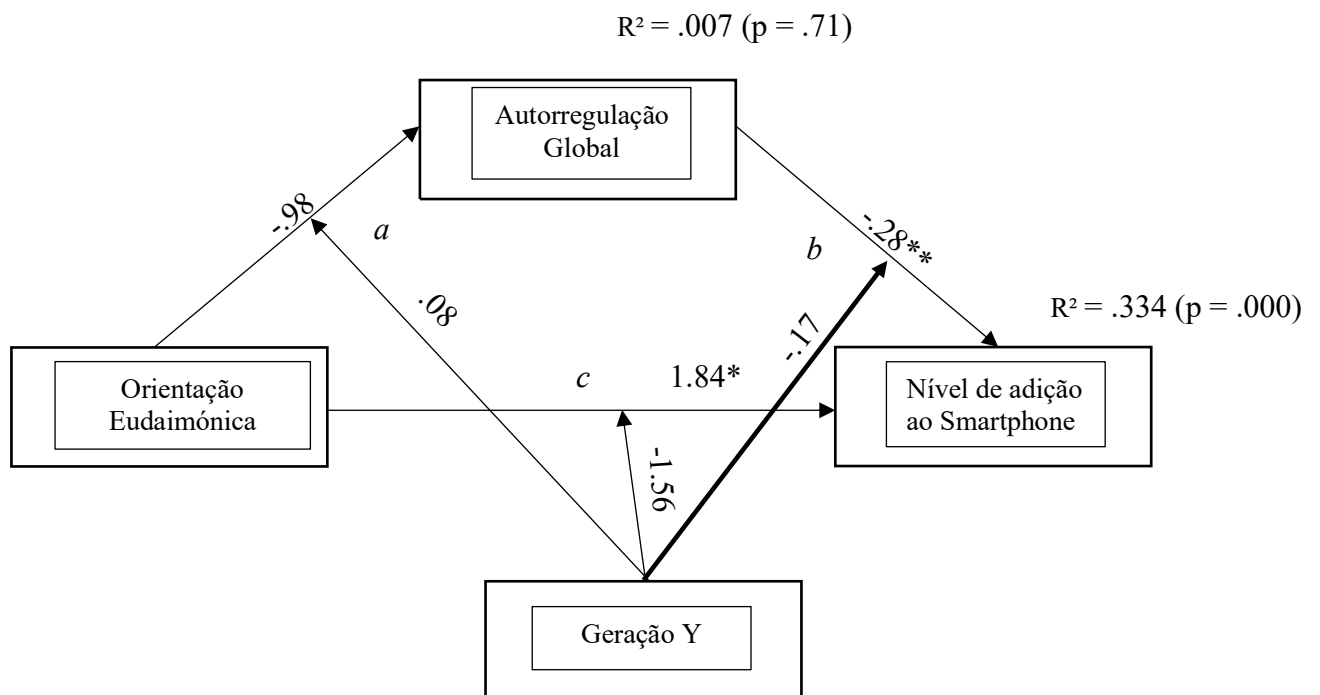


Figura 5 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação eudaimônica, nível de adição ao smartphone e geração y

**Tabela 14** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 7

Teste	F	p
Orientação Eudaimónica por Autorregulação Global (X*M)	.00	.96
Orientação Eudaimónica por Geração Y (X*W)	2.51	.11
Autorregulação Global por Geração Y (M*W)	3.88	.05

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

De acordo com a figura 5 e os resultados de interação na tabela 14, constata-se que houve uma interação significativa entre a variável autorregulação global e o moderador geração y ( $p = .05$ ). A interação entre os coeficientes  $\beta = -.17$  ( $p = .05$ ) e  $\beta = -.28$  ( $p = .000$ ) gerou um novo coeficiente ( $\beta = -.45$ ;  $p = .000$ ), sugerindo que a geração y moderou de forma significativa a relação entre autorregulação global e o nível de adição ao smartphone. Nessa caso, ela potenciou a relação, indicando que especificamente na geração y, a autorregulação tem um impacto maior no nível de adição ao smartphone em comparação com as outras gerações.

**Tabela 15** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre as orientação eudaimónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação eudaimónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	.40	-.64	1.51
Efeito direto condicional entre orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone	.27	-1.21	1.77
Índice de mediação-moderada	.13	-1.10	1.38

De acordo com os dados apresentados na tabela 15, todos os efeitos por apresentarem intervalos de confiança que incluem zero, demonstram que não existiu nenhum efeito significativo. Dessa forma, não houve mediação, nem mesmo mediação moderada.

### Modelo de mediação moderada: Geração Z

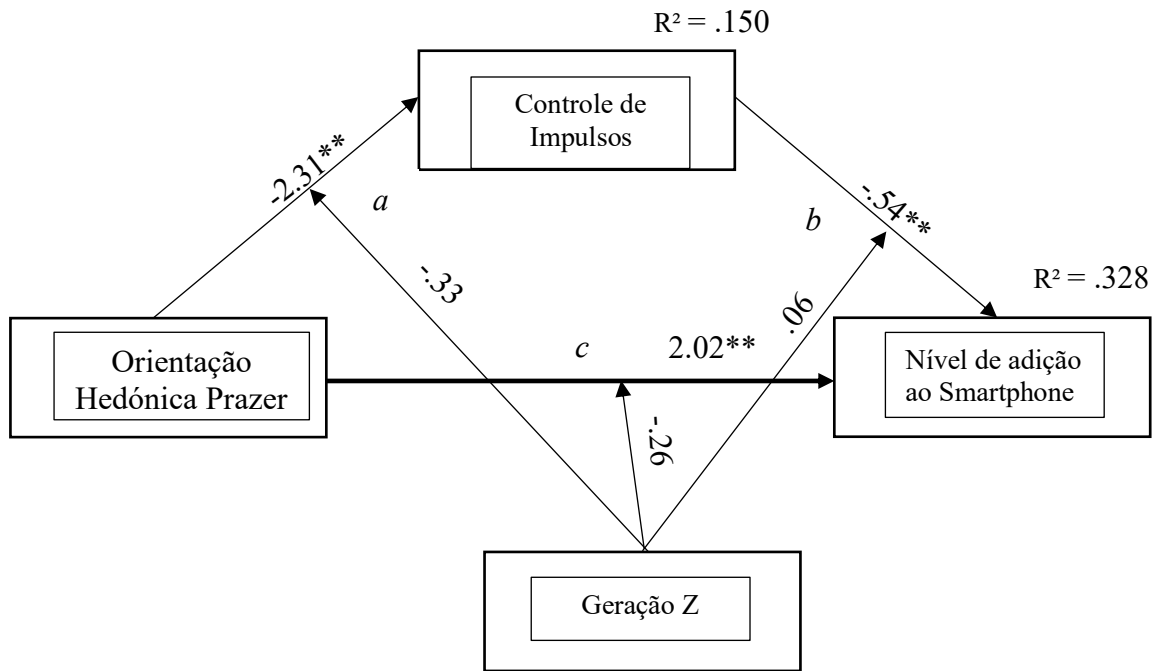


Figura 6 – Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação hedônica prazer, nível de adição ao smartphone e geração z

Tabela 16 – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 10

Teste	F	p
Orientação Hedónica Prazer por Controle de Impulsos (X*M)	4.071	.045
Orientação Hedónica Prazer por Geração Z (X*W)	.058	.809
Controle de Impulsos por Geração Z (M*W)	.201	.654

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

Com base nos resultados apresentados na figura 6 e na tabela 16, apesar de o resultado do teste de interação ter sido significativo entre a orientação hedónica prazer e a variável controle de impulsos, o moderador – geração Z – não promoveu interações significativas. Logo, seu impacto nem potenciou nem diminuiu as relações de uma forma expressiva.

**Tabela 17** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre orientação hedônica prazer, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação hedônica prazer em nível de adição ao smartphone via controle de impulsos	1.26	0.36	2.48
Efeito direto condicional entre orientação hedônica prazer e nível de adição ao smartphone	1.76	.01	.3.50
Índice de mediação-moderada	.0081	-1.26	1.45

De acordo com os resultados obtidos na tabela 17 é possível identificar que apesar dos intervalos de confiança *bootstrap* dos efeitos indiretos e diretos não incluírem zero e serem significativos, indicando uma mediação significativa, o índice de mediação moderada (que é a diferença entre os efeitos indiretos da variável moderadora geração z, e das que não são geração z) não é significativo, indicando que a variável geração Z não modera a mediação.

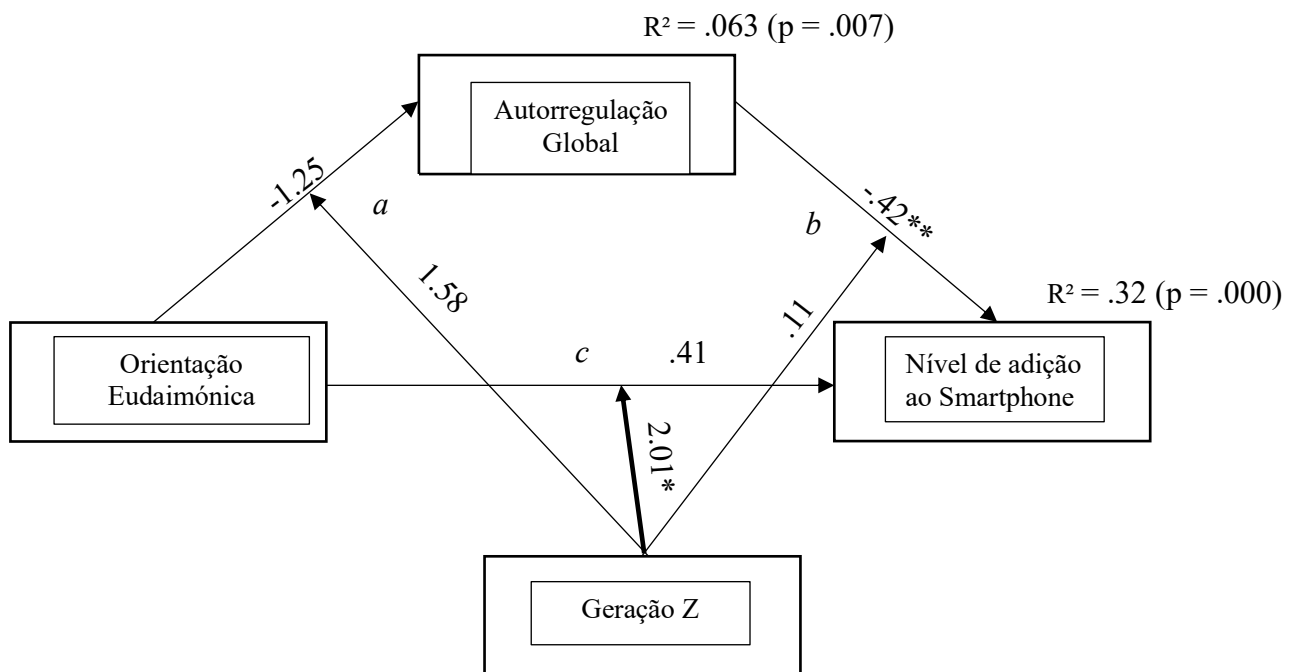


Figura 7 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação eudaimônica, nível de adição ao smartphone e geração z

**Tabela 18** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 11

Teste	F	p
Orientação Eudaimónica por Autorregulação Global (X*M)	.83	.36
Orientação Eudaimónica por Geração Z (X*W)	4.02	.04
Autorregulação Global por Geração Z (M*W)	1.88	.17

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

Nos resultados obtidos na figura 7 e na tabela 18 sugere-se que a interação entre a geração z e a variável orientação eudaimónica moderou a relação entre esta última e o nível de adição ao smartphone. A relação ficou mais forte e permaneceu positiva ( $\beta = 2.42$ ;  $p = .001$ ), demonstrando que para a geração z a orientação eudaimónica é mais relevante em termos de impacto no nível de adição ao smartphone do que as restantes gerações.

**Tabela 19** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre a orientação eudaimónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação eudaimónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	-.10	-.95	.73
Efeito direto condicional entre orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone	2.42	.90	3.95
Índice de mediação-moderada	-.63	-1.84	.54

Na tabela 19, apesar de o efeito direto ter sido significativo (intervalos de confiança que não inclui zero), o efeito indireto não foi, o que salienta o fato de não ter ocorrido uma mediação neste modelo, nem mesmo moderação da mediação.

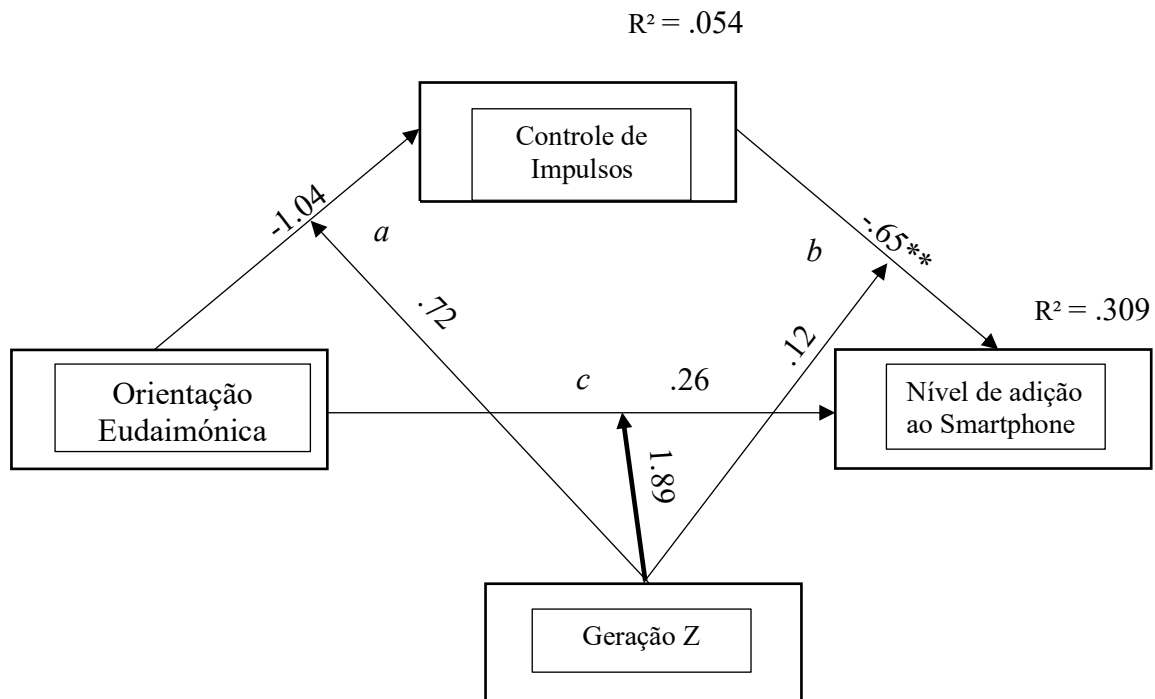


Figura 8 – Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação eudaimónica, nível de adição ao smartphone e geração z

**Tabela 20** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 12

Teste	F	p
Orientação Eudaimónica por Controle de impulsos (X*M)	2.90	.08
Orientação Eudaimónica por Geração Z (X*W)	3.47	.06
Controle de impulsos por Geração Z (M*W)	.74	.38

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

Os resultados apresentados na figura 8 e na tabela 20 sugerem que a geração z teve um impacto relevante na relação entre a orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone, apesar de o  $p = .06$  na interação X\*M, o coeficiente da relação que antes era  $\beta = .26$  ( $p = .69$ ), passou a ser  $\beta = 2.15$  ( $p = .006$ ), ou seja, a geração z potenciou essa relação e tornou-a significativa, moderando a relação. Isso significa que para indivíduos da geração z especificamente, a orientação eudaimónica gera um impacto maior e significativo nos níveis de adição ao *smartphone*, em comparação com as outras gerações.

**Tabela 21** - *Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre a orientação eudaimónica, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone*

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação eudaimónica em nível de adição ao smartphone via controle de impulsos	.17	-.72	1.08
Efeito direto condicional entre orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone	2.15	.62	3.69
Índice de mediação-moderada	-.51	-1.73	.70

De acordo com os dados obtidos na tabela 21, apesar de o efeito direto entre a orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone ter sido significativo, o efeito indireto não apresentou significância estatística. Com isso, pode-se dizer que não houve mediação, e consequentemente não existiu moderação da mediação.

## Discussão

A presente investigação teve como objetivo compreender se existe relação entre as orientações hedônicas e eudaimônicas e o nível de adição ao *smartphone*, verificar se a variável autorregulação e suas dimensões controle de impulsos e estabelecimento de objetivos, explica, pelo menos em parte, essa relação e por fim, se as gerações x, y e z moderariam alguma dessas relações entre as variáveis.

Como hipóteses desta investigação, espera-se que a variável autorregulação explique a relação entre as orientações para as atividades e o nível de adição ao *smartphone* (pelo menos em partes), e que essa relação sofra alterações diante das características de cada grupo geracional (X, Y e Z). É considerado também que haja uma relação negativa entre o nível de adição ao *smartphone* e a autorregulação, uma relação positiva entre as orientações hedônicas e os níveis de adição ao *smartphone* e uma relação negativa entre as orientações eudaimônicas e o nível de adição ao *smartphone*. Na sequência será justificada a escolha por essas variáveis de estudo.

Os objetivos foram fundamentados em evidências empíricas de que a autorregulação se relaciona com a orientação hedônica de uma forma negativa, ou seja, menores índices de autorregulação exibem uma maior orientação hedônica e consequentemente uma propensão à comportamentos disfuncionais, como a adição (Yang, et. al., 2017; Giuntoli et. al., 2021). Para além disso, os mesmos autores salientam que a busca por eudaimonia, ou uma maior orientação eudaimônica, traria mais competências regulatórias (Yang, et. al., 2017; Giuntoli et. al., 2021).

As competências regulatórias, ou maior capacidade de autorregulação, se relacionam de forma negativa com o comportamento de adição, contemplando à adição aos *smartphone* (Rozgonjuk & Elhai, 2021; Laranjo, 2021). Ou seja, maiores níveis de adição ao *smartphone* apontam para menores competências regulatórias (Rozgonjuk & Elhai, 2021; Laranjo, 2021).

O uso do *smartphone* refletiu no desenvolvimento de aspectos como: relações sociais, autoimagem e bem-estar, moldando diferentes gerações. As consequências dessa nova cultura digital contribuíram para o aumento da utilização desse aparelho, e consequentemente os níveis de adição ao *smartphone* (Bejan, 2023). Estudos indicam que o maior nível de adição contempla a geração Y, seguido pela geração Z, e em último, com menor nível, a geração X (Zhitomirsky-Geffet & Blau 2016).

Este último fato acaba por justificar a escolha dessas gerações como variáveis moderadoras do estudo. As relações evidenciadas nos parágrafos anteriores demonstram que a autorregulação acaba sendo uma variável mediadora relevante neste estudo, assim como as orientações para as atividades demonstram ser preditoras importantes e o nível de adição ao *smartphone* um outcome que se relaciona com todas as variáveis de estudo.

Na presente investigação os resultados evidenciaram primeiramente que a orientação hedônica e suas componentes – prazer e conforto, se relacionaram de forma positiva com o nível de adição ao *smartphone*, como já esperado. Porém, a orientação eudaimônica apesar de ter se relacionado de forma significativa somente com a variável nível de adição ao *smartphone*, não se relacionou negativamente como as evidências empíricas sugeriam, o que não confirmou a direção da nossa hipótese de investigação em termos de direção da relação, mas confirmou a relação entre as variáveis (Yang, et. al., 2017; Giuntoli, et. al., 2021). Ou seja, ambas orientações – hedônica e eudaimônica - potencializam os níveis de adição ao *smartphone* quando são elevadas, embora de forma fraca a moderada.

Ainda a nível das relações bivariadas, a variável autorregulação e suas dimensões – controle de impulsos e estabelecimento de objetivos – relacionou-se de forma negativa com o nível de adição ao *smartphone*, confirmando a hipótese de que maiores competências regulatórias indicam menores índices de adição ao *smartphone*. Para além disso, a autorregulação se relacionou de forma negativa com as orientações hedônicas e suas componente – prazer e conforto - reforçando as evidências empíricas (Yang, et. al., 2017; Giuntoli, et. al., 2021). A orientação hedônica e sua dimensão prazer demonstraram-se preditoras importantes do nível de adição ao *smartphone*, assim como a autorregulação e sua dimensão controle de impulsos. O que quer dizer que, a orientação hedônica prediz o aumento dos níveis de adição ao *smartphone*, enquanto a autorregulação prediz a redução.

No que se refere a compreender se a autorregulação explica pelo menos em parte a relação entre as variáveis orientação hedônica e eudaimônica e o nível de adição ao *smartphone*, foi possível constatar que existiu somente mediação parcial no modelo hedônico. O que significa que apesar do coeficiente da relação ter alterado significativamente, diminuindo-o, este continuou significativo após a inserção do mediador. Isso quer dizer que ambas as variáveis contribuem para explicar (orientação hedônica e autorregulação) o nível de adição ao *smartphone*.

Ainda sobre a mediação, no modelo utilizando a componente orientação hedônica prazer (preditor), controle de impulsos (mediador) e adição ao *smartphone* (outcome), também existiu mediação parcial por parte da variável controle de impulsos. A mediação parcial indica que a variável mediadora (controle de impulsos no caso) explica em parte, mas não toda, a relação entre a variável preditora (orientação hedônica prazer) e a variável de resultado (adição ao *smartphone*) (Baron & Kenny, 1986). Mesmo depois de adicionar a variável controle de impulsos no modelo, a relação entre orientação hedônica prazer e adição ao *smartphone* se manteve significativa, apesar de seu coeficiente ter diminuído.

Como já esperado a não mediação no modelo eudaimônico, mas apenas por fins de conhecimento, foi realizada a mediação simples utilizando a variável orientação eudaimônica como preditor, e esta não apresentou mediação. Isto ocorreu porque esta variável não apresentou relação significativa com nenhuma das variáveis a não ser adição ao *smartphone*, não satisfazendo os critérios de mediação.

Seguindo para a análise de mediação com moderação, optou-se por esse modelo para englobar todas as variáveis de estudo, e verificar a influência das diferentes gerações como moderadoras das relações. A moderação por parte de um grupo é considerada a partir da sua influência sobre a relação entre uma variável preditora (ou independente) e de resultado (dependente). Ou seja, a força dessa relação e a direção (positiva ou negativa) pode variar de acordo com níveis do moderador. (Baron & Kenny, 1986).

Como o foco não era a mediação em si, e sim a moderação de cada uma das relações, optou-se por realizar às análises tanto com a orientação eudaimônica, quanto com a orientação hedônica (global e componente prazer) como preditoras, e manter a autorregulação global e sua dimensão controle de impulsos como mediadores. Os modelos foram sendo adaptados com cada uma das gerações.

A dimensão estabelecimento de objetivos da variável autorregulação global, e a componente conforto da orientação hedônica não foram consideradas nesse modelo de mediação moderada por não terem se relacionado de forma significativa com a variável dependente nas regressões simples. Apesar da orientação eudaimônica também não ter se relacionado de forma significativa na regressão simples, ela é uma variável única, sem dimensões. O que salienta a importância de verificar o seu comportamento nesse modelo de mediação moderada. Enquanto as outras (estabelecimento de objetivos e orientação hedônica conforto) por serem componentes, estão englobadas na variável global, o que já sugere uma análise destas.

Com relação à moderação, se esperava que todas as gerações iam moderar alguma das relações. Porém, a geração X não moderou nenhuma relação, a Y moderou somente duas relações – orientação hedônica prazer e controle de impulsos, e autorregulação e adição ao smartphone - potencializou ambas relações em comparação às outras gerações. Nessa caso, indicando que especificamente na geração y, a autorregulação tem um impacto maior no nível de adição ao smartphone em comparação com as outras gerações, assim como a orientação hedônica prazer tem um impacto maior no controle de impulsos na geração y em comparação com as outras gerações.

A geração Z moderou somente a relação da orientação eudaimônica e adição ao smartphone potencializando a relação e tornando-a significativa. Isso significa que para indivíduos da geração z especificamente, a orientação eudaimônica gera um impacto maior e significativo nos níveis de adição ao *smartphone*, em comparação com as outras gerações. Esses dados confirmam parcialmente a hipótese de que as gerações iriam gerar alterações nas relações entre as variáveis a partir das características individuais de cada grupo.

Como o modelo era de mediação moderada, e apesar de o foco não ser a mediação em si, é importante fazer algumas considerações sobre a influência da presença de cada uma das gerações na presença ou não de mediação do modelo. A mediação deixou de existir com a inserção da geração X e Y como moderadores, mas permaneceu com a Z. Isso sugere que o efeito de mediação acaba por depender fortemente das variáveis moderadoras, ou seja, a mediação não é um fenômeno que se aplique de forma geral, mas especificamente com certos níveis dos moderadores (de condições específicas de X e Y, mas não de Z) (Hayes, 2018).

Para além disso, o fato de a mediação permanecer com o moderador geração Z aponta para o indícios de que a mediação é robusta dentro desse grupo específico. O que pode indicar que essa geração tem características mais homogêneas e respostas mais uniformes do que as outras, e é menos sensível às variações do que as outras gerações. Nesse caso as intervenções precisam ser adaptadas conforme as gerações (Hayes, 2018).

Especificamente sobre a comparação das médias de todas variáveis (com exceção da orientação eudaimônica) entre os grupos geracionais, foi possível identificar diferenças significativas entre a geração X (N = 25) e Y (N = 78), e X e Z (N = 84), mas não entre Y e Z. A capacidade de autorregulação global foi maior na geração X em comparação com as restantes gerações (diferença para geração y,  $M = 11,09$ , diferença para geração Z,  $M = 15,67$ ), assim como as suas dimensões controle de impulsos e

estabelecimento de objetivos.

Sobre o nível de adição ao *smartphone*, apesar de quase todas as gerações terem apresentado médias próximas ao número de *cut off* ( $M = 33$  para o sexo feminino, e  $M = 31$  para o masculino) para adição ao *smartphone*, a média mais elevada demonstrou-se na geração Y ( $M = 32.71$ ), seguida pela geração Z ( $M = 30.83$ ) e em último lugar a geração X ( $M = 24.68$ ). Este dado corrobora em partes com o estudo de Haug et. al., (2015) que indica que indivíduos com menor idade tem maior propensão a desenvolver adição ao *smartphone* do que indivíduos mais velhos. Dito em parte porque, apesar de a geração Z ser mais nova que a geração Y, o resultado da média foi muito próximo das duas gerações.

A geração que teve a pontuação mais alta foi a Y, seguida proximamente pela Z (diferença de  $M = 1,87$ ). O que colabora com as evidências empíricas de grupos que acompanharam desde o princípio o desenvolvimento da Era Digital, ou que já tenham nascido imersos nesta, apresentam uma alta prevalência de comportamentos de adição ao *smartphone* (Nunes, 2021), como no caso da geração Y e Z. Além disso, o resultado da presente investigação também certifica estudos anteriores que indicam que o maior nível de adição contempla a geração Y, seguido pela geração Z, e em último, com menor nível, a geração X (Zhitomirsky-Geffet & Blau 2016).

O fato de a geração X ter ficado em último lugar em comparação às outras gerações em relação ao nível de adição ao *smartphone* também está atrelado com maior capacidade regulatória. Ou seja, esta pode auxiliar na medida que inibe um impulso de tentação através do adiamento de uma gratificação. Além de se tratar de um processo importante de adequação ao meio e de possibilidade de recusa frente a situações que possam trazer prejuízos ao indivíduo (Zapata, et al., 2014; Mischel, 1974).

A geração Y apresentou maior resposta de autorregulação do que a geração Z, (diferença de  $M = 4,57$ ). De acordo com o que foi apresentado anteriormente, por apresentarem uma capacidade regulatória maior, supostamente deveriam apresentar um nível de adição menor que a geração Z, porém isso não ocorreu. O que sugere a possibilidade de existirem outros fatores não controlados que podem ter influenciado esse resultado, seja com relação a características individuais, diferenças demográficas, contexto social etc. (Hayes, 2018).

A orientação hedônica e suas componentes demonstrou-se mais elevada na geração Z, seguida proximamente pela geração Y (diferença de  $M = 0,09$ ). Apesar da literatura apontar que maiores níveis de adição ao *smartphone* estarem relacionados positivamente com a orientação hedônica e suas componentes, a geração com maior nível

de adição (Y) curiosamente não foi a que apresentou o resultado maior de orientação hedônica (Z). O que salienta novamente a possibilidade de existirem outros fatores não controlados que podem ter influenciado esse resultado (Hayes, 2018). Além do fato de que as médias entre a geração Y e Z para adição ao smartphone terem sido muito semelhantes, sem diferença significativa.

Os participantes foram em sua maioria trabalhadores, com um conhecimento expressivo acerca da diferença entre as gerações Y e Z, o que pode sugerir consciência de pertencimento ao seu grupo geracional. Dos 187 participantes, 86.1% usaram o *smartphone* como aparelho para responder ao questionário sociodemográfico, seguido pelo computador (7%). Além disso, vale salientar que numa escala de 5 pontos, entre ótimo e péssimo, para identificar o que o participante normalmente sente ao usar o *smartphone*, 41.7% apontaram para uma neutralidade (ponto 3 da escala), seguido por 32.1% (ponto 2) mais próximo ao ótimo. As respostas dos participantes voltadas ao uso do *smartphone* no cotidiano apresentaram em primeiro lugar o lazer, seguidos do estudo com percentagens mais altas em 2º e 3º lugar, sendo o 3º lugar muito próximo a ler notícias.

Essas informações colaboram com o fato de que a população está cada vez mais conectada aos *smartphones* (*Cisco annual internet report*, 2020). O uso dessa poliferramenta facilita o acesso de um aglomerado de informações e revoluciona a vida como um todo das pessoas, seja na forma de se relacionar e se comunicar, impactando no desenvolvimento de vida de cada um (Bronfenbrenner & Morris, 1998; Reig, & Vilches, 2013; Oliveira, 2017; Oliveira & Barroco, 2023). Considerando que as orientações eudaimônicas estão fortemente conectadas com o sentido de vida, pode-se considerar a Era digital como um fator que já está tão atrelado à vivência individual e coletiva, ilustrada pelo instrumento *smartphone*, que relaciona positivamente com a variável nível de adição ao *smartphone*. Correlacionado a este assunto, apesar das respostas dos participantes voltadas ao uso do *smartphone* no cotidiano terem sido em primeiro lugar o lazer, apresentaram uma relação importante com o estudo e leitura de notícias que vieram a seguir, o que pode ajudar a explicar o uso do *smartphone* como algo relacionado a busca por excelência e significado.

### **Limitações do estudo**

O delineamento dessa investigação pode apresentar limitações, como por exemplo, o estudo transversal não permite que se possa estabelecer relação de causa e

efeito, além da amostra não ser representativa, o que leva ao fato de não poder fazer generalizações dos resultados. Ainda sobre a limitação da investigação transversal, a circunstância de um recorte no tempo não permite acompanhar as tendências ao longo de um período (Creswell & Creswell, 2017).

O caráter comparativo também apresenta características limitantes, como por exemplo as diferenças que podem aparecer entre os grupos podem estar associadas a variáveis que não foram controladas no estudo. Além disso, pode ser difícil generalizar os resultados para outras populações, principalmente sendo a amostra não representativa. Assim como, se os grupos se destoarem muito quanto a número de participantes, podem influenciar os resultados (como no caso da geração X em comparação com a Y e Z) (Paul & Cozby, 2012).

A investigação correlacional, similarmente ao que foi discutido sobre o estudo transversal, não resulta em causalidade. Ou seja, mesmo que as variáveis se relacionem, não se pode inferir que uma causa a outra, nem mesmo a direção daquela relação. Além disso, essa relação também pode ser influenciada por alguma outra variável que não foi ponderada no estudo, e podem sofrer influência diante do tamanho da amostra (se pequena ou não representativa) (Creswell & Creswell, 2017; Paul & Cozby, 2012).

Quanto aos instrumentos, por se tratar de medidas autorreferidas, podem induzir vieses, ou seja, as respostas podem sofrer impacto da desejabilidade social. Para além disso, a recolha dos dados foi realizada a partir de plataformas online, através do envio de um questionário. Este fato faz com que a amostra acabe se caracterizando por conveniência, o que influencia em falta de representatividade e variabilidade da amostra, e exista um viés de seleção, trazendo problemas de validade externa e uma dificuldade para generalizar os achados (Neuman, 2014). Por fim, o número de participantes em cada geração pode trazer dificuldades de validade interna, principalmente com a geração X, que apresentou um número muito menor do que as outras gerações ( $X = 25$ ,  $Y = 78$  e  $Z = 84$ ). Este fato pode aumentar a margem de erro e reduzir a importância estatística, limitando a confiabilidade dos resultados (Neuman, 2014).

### **Estudos futuros**

Quanto a propostas de estudos futuros, sugere-se equalizar a amostra, ou seja, tornar ela uniforme à nível das gerações, a fim de evitar a redução de confiabilidade. Outro ponto importante seria encontrar um outro preditor que não a orientação eudaimónica, já que esta variável não demonstrou ser uma boa preditora do nível de

adição ao *smartphone*. Entrariam aqui como possibilidades de outros preditores importantes: impulsividade, *awareness* e satisfação com a vida (Billieux, et. al, 2015; Elhai, et.al., 2016; Samaha & Hawi, 2016).

Não usar somente medidas autorreferidas, já que estas podem ter um enviesamento em função da desajustabilidade social, e uma investigação longitudinal para verificar como se desenvolvem essas relações ao longo do tempo (Hayes, 2018).

Com base na não confirmação da hipótese de que as orientações eudaimônicas teriam uma correlação negativa com os níveis de adição ao *smartphone*, sugere-se um estudo voltado às orientações eudaimônicas e as influências do mundo digital na construção de sentido de vida e busca por excelência na sociedade atual. Além disso, se faz importante compreender de que forma o *smartphone* está servindo como um recurso da orientação hedônica, especialmente de prazer, e o quanto isso tem contribuído ou não para o desenvolvimento do bem-estar nas pessoas.

## **Conclusões e Implicações**

Em síntese, esta investigação constatou que os níveis de adição ao *smartphone* estão relacionados de forma positiva e significativa com a orientação hedônica e seus componentes, e de maneira negativa com a autorregulação e suas dimensões. A orientação eudaimônica não demonstrou relevância significativa com essas variáveis.

Existiu mediação parcial da autorregulação no modelo hedônico, mostrando a importância da capacidade regulatória para diminuição do nível de adição. Esta capacidade se demonstrou mais alta na geração X em relação às outras gerações, e em consequência também um nível menor de adição ao *smartphone* e orientação hedônica em comparação com os outros grupos geracionais.

Somente as características das gerações Y e Z tiveram impacto significativo de alteração nas relações das variáveis, sendo que a Y, moderou duas relações – orientação hedônica prazer e controle de impulsos, e autorregulação e adição ao *smartphone* - potenciando e mantendo a direção de ambas relações em comparação às outras gerações. E a geração Z moderou somente a relação da orientação eudaimônica e adição ao *smartphone* potenciando e mantendo a direção da relação e tornando-a significativa.

A partir disso, denota-se a importância de compreender de que forma a relação com o *smartphone* pode vir a ser menos prejudicial, com contribuição de desenvolvimento de programas que possam auxiliar nessa adaptação e construção de estratégias de autorregulação.

Quanto ao âmbito científico, a presente investigação oferece uma compreensão do comportamento digital (via *smartphone*) a partir da perspectiva das orientações hedônicas e eudaimônicas e da capacidade de autorregulação. Além disso, a investigação traz informações importantes sobre as diferenças nos grupos geracionais, que podem vir a ser direcionadas para novos estudos e programas de intervenção. Essas informações salientam que a investigação contribui cientificamente para compreensão dos fatores que geram efeitos importantes nos níveis de adição ao *smartphone*, e assim, oferecer uma orientação prática para debater esse fenômeno.

## Referências

- Abu-Shanab, E., & Haddad, E. (2015). The influence of smart phones on human health and behavior: Jordanians' perceptions. *International Journal of Computer Networks and Applications*, 2(2), 52-56.
- Água, J., Patrão, I., & Leal, I. (2017, de 25 a 27 de março). SAS-SV Estudo da validação da escala de dependência do smartphone numa amostra da população portuguesa [conferência]. II Congresso Ibérico de Psicologia Clínica e Da Saúde - O Tempo de Todas as Incertezas. Livro de Actas. Lisboa Portugal. <https://1library.org/document/z31k6wdy-o-congresso-ibericopsicologia-clinica-saude-livro-actas.html>
- Almeida, A. A., & Behlau, M. (2017). Adaptação cultural do Questionário Reduzido de Autorregulação: sugestões de aplicação para área de voz. In *CoDAS* (Vol. 29). Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia.
- Almeida, A. A., & Behlau, M. (2017, August). Adaptação cultural do Questionário Reduzido de Autorregulação: sugestões de aplicação para área de voz. In *CoDAS* (Vol. 29). Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia.
- Almeida, M. L. (2021). O uso de mídias digitais na primeira infância: tecnointerferência, variáveis associadas ao uso e proposta de intervenção.
- Alves, A. R. G. (2017). *Motivos Hedónicos e Eudemónicos para as Atividades: Confirmação da Estrutura Fatorial do Hema-r e Sua Relações com o Bem-Estar Subjetivo e com a Personalidade* (Doctoral dissertation, Instituto Superior de Psicologia Aplicada (Portugal)).
- American Psychiatric Association. (2014). Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais- dsm-5 (5 ed.). American Psychiatric Association.
- Bajwa, R. S., Abdullah, H. B., Jaafar, W. M. W., & Samah, A. A. (2022). SMARTPHONE USE AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING AMONG GENERATION Z: ROLE OF PHUBBING. *Khyber Medical University Journal*, 14(3), 190-95.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Batista, H. H. V., & Noronha, A. P. P. (2018). Instrumentos de autorregulación emocional: una revisión de literatura. *Avaliação Psicológica*, 17(3), 389-398.

- Bejan, B. M. (2023). The Impact of Digital Self-Development among Generation Z. A Theoretical Approach. *Annals of the University Dunarea de Jos of Galati: Fascicle: I, Economics & Applied Informatics*, 29(1).
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean journal of social Sciences*, 5(19), 218.
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Can disordered mobile phone use be considered a behavioral addiction? An update on current evidence and a comprehensive model for future research. *Current Addiction Reports*, 2(2), 156–162. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>
- Bronfenbrenner, U. (1989). Ecological systems theory. In R. Vasta (Ed.), *Six theories of child development: revised formulations and current issues*. (pp. 185- 246). Greenwich: JAI.
- Bronfenbrenner, U., & Morris, P. A. (1998). The ecology of developmental processes. In: DAMON, W.; LERNER, R. M. (Orgs.). **Handbook of child psychology**, Vol. 1: Theoretical models of human development. New York: John Wiley, 993-1028.
- Brown, J. M. (1998). Self-regulation and the addictive behaviours. En W. R. Miller y N. Heather (Eds.), *Treating Addictive Behaviors* (2nded.) (pp. 61-73). New York: Plenum Press.
- Brown, J. M., Baumann, B. D., Smith, C. D., & Etheridge, S. L. (1997). Self-regulation, extroversion, and substance abuse among college students. *Research Society on Alcoholism*.
- Cakirpaloglu, S. D., Kvintová, J., Lemrová, S., & Hájková, R. (2020). Internet addiction and personality among college students of Generation Y and Z. In *EDULEARN20 Proceedings* (pp. 2959-2968). IATED.
- Carey, K. B., Neal, D. J., & Collins, S. E. (2004). A psychometric analysis of the self-regulation questionnaire. *Addictive behaviors*, 29(2), 253-260.
- Cisco, U. (2020). Cisco annual internet report (2018–2023) white paper. *Cisco: San Jose, CA, USA*, 10(1), 1-35.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- da Silva, M. L. (2020). *Exercício físico e bem-estar: motivos hedônicos e eudaimônicos* (Doctoral dissertation, Universidade da Beira Interior (Portugal)).

- de França Pheula, A., & de Souza, E. C. (2016). Estudo sobre comportamento dos jovens das gerações Y e Z quando conectados à internet. *ScientiaTec*, 3(1), 54-94.
- de Oliveira Ferreira, F. I., & Vilarinho, L. R. G. (2013). Territórios digitais: dilemas e reflexões sobre práticas de adolescentes na cibercultura. *Revista Interacções*, 9(26).
- de Sous Lopes, A. R. (2018). "It's about Time, it's not you it's me: My Time is not Your Time...": Escala de Percepção de Tempo de Utilização Online (Master dissertation, Instituto Superior de Psicologia Aplicada (Portugal)).
- Dias, P. C., & Castillo, J. A. (2009). Auto-regulação, resiliência e consumo de substâncias na adolescência: contributos da adaptação do questionário reduzido de auto-regulação. *Psicologia, Saúde e Doenças*, 10(2), 205-216.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
- Echeburúa, E., & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95.
- Edmunds, J., & Turner, B. S. (2005). Global generations: social change in the twentieth century. *The British journal of sociology*, 56(4), 559-577.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Foster, K. (2013). Generation and discourse in working life stories. *The British journal of sociology*, 64(2), 195-215. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1468-4446.12014>
- Gafni, R., & Geri, N. (2013, February). Generation Y versus generation X: Differences in smartphone adaptation. In *Learning in the technological era: Proceedings of the Chais conference on instructional technologies research* (pp. 18-23).
- Giuntoli, L., Conдини, F., Ceccarini, F., Huta, V., & Vidotto, G. (2021). The different roles of hedonic and eudaimonic motives for activities in predicting functioning and well-being experiences. *Journal of Happiness Studies*, 22, 1657-1671.
- Gondim, S. M. G., Pereira, C. R., Hirschle, A. L. T., Palma, E. M. S., Alberton, G. D., Paranhos, J., ... & Ribeiro, W. R. B. (2015). Evidências de validação de uma medida de características pessoais de regulação das emoções. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 28, 659-667.

- Griffiths, M. (1996). Gambling on the Internet: A brief note. *J. Gambl. Stud*, 12, 4-471.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2018). Fundamentals of Linear Regression Analysis. In *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications, (34-45).
- Hayes, A. F. (2018). Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach (2nd ed.). Guilford Press.
- Hayes, A. F., & Rockwood, N. J. (2017). Regression-based statistical mediation and moderation analysis in clinical research: Observations, recommendations, and implementation. *Behaviour research and therapy*, 98, 39-57.
- Henderson, L. W., Knight, T., & Richardson, B. (2013). An exploration of the well-being benefits of hedonic and eudaimonic behaviour. *The Journal of Positive Psychology*, 8(4), 322–336. <https://doi.org/10.1080/17439760.2013.803596>
- Hoyle, R.H. (2010). *Handbook of Personality and self-regulations*. Oxford: Wiley.
- Hu, T., Zhang, D., Wang, J., Mistry, R., Ran, G., & Wang, X. (2014). Relation between emotion regulation and mental health: A meta-analysis review. *Psychological reports*, 114(2), 341-362.
- Huta, V. (2013). Pursuing eudaimonia versus hedonia: Distinctions, similarities, and relationships. In A. S. Waterman (Ed.), *The best within us: Positive psychology perspectives on eudaimonic functioning* (pp. 139–158). APA Books.
- Huta, V. (2015). The complementary roles of eudaimonia and hedonia and how they can be pursued in practice. In S. Joseph (Ed.), *Positive Psychology in practice, Promoting Human Flourishing in Work, Health, Education, and Everyday Life* (Second, pp. 159–182). Wiley.
- Huta, V. (2016). Eudaimonic and hedonic orientations: Theoretical considerations and research findings. In J. Vitterso: *International Handbooks of Quality-of-Life* (pp. 215–231). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-42445-3\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-42445-3_15)
- Huta, V., & Ryan, R. M. (2010). Pursuing pleasure or virtue: The differential and overlapping well-being benefits of hedonic and eudaimonic motives. *Journal of Happiness Studies*, 11, 735–762.
- Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and Its Distinction from Hedonia: Developing a Classification and Terminology for Understanding Conceptual and

- Operational Definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15(6), 1425–1456.  
<https://doi.org/10.1007/s10902-013-9485-0>
- Karoly, P., Boekaerts, M., & Maes, S. (2005). Toward consensus in the psychology of self-regulation: How far have we come? How far do we have yet to travel?.
- Laranjo, M. M. R. (2021). *Dica (Dependências na Internet e Comportamento Alimentar): Relação Entre as Dependências Tecnológicas, Alimentares e Autorregulação Numa Amostra De Adolescentes* (Master dissertation, Instituto Superior de Psicologia Aplicada (Portugal)).
- Kiefer, R. A. (2008). An Integrative Review of the Concept of Well-Being. *Holistic Nursing Practice*, 22(5), 244-252.
- Kwon, M., Kim, D. J., Cho, H., & Yang, S. (2013). The smartphone addiction scale: Development and validation of a short version for adolescents. *PLoS ONE*, 8(12), 1–7. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083558>
- Kuss, D. J., Kanjo, E., Crook-Rumsey, M., Kibowski, F., Wang, G. Y., & Sumich, A. (2018). Problematic mobile phone use and addiction across generations: The roles of psychopathological symptoms and smartphone use. *Journal of technology in behavioral science*, 3, 141-149.
- Kuss, D. G., & Karila, M. L. & Billieux, J.(2014). Internet addiction: a systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 000-000.
- LeFebvre, A., & Huta, V. (2021). Age and gender differences in eudaimonic, hedonic, and extrinsic motivations. *Journal of happiness studies*, 22(5), 2299-2321.
- Lapierre, M. A., Zhao, P., & Custer, B. E. (2019). Short-term longitudinal relationships between smartphone use/dependency and psychological well-being among late adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 65(5), 607-612.
- Laranjo, M. M. R. (2021). *Dica (Dependências na Internet e Comportamento Alimentar): Relação Entre as Dependências Tecnológicas, Alimentares e Autorregulação Numa Amostra De Adolescentes* (Doctoral dissertation, Instituto Superior de Psicologia Aplicada (Portugal)).
- Lin, Y. H., Chang, L. R., Lee, Y. H., Tseng, H. W., Kuo, T. B., & Chen, S. H. (2014). Development and validation of the Smartphone Addiction Inventory (SPAI). *PLoS one*, 9(6), e98312.
- Lin, Y. H., Lin, Y. C., Lee, Y. H., Lin, P. H., Lin, S. H., Chang, L. R., ... & Kuo, T. B. (2015). Time distortion associated with smartphone addiction: Identifying

- smartphone addiction via a mobile application (App). *Journal of psychiatric research*, 65, 139-145.
- Magalhães, R., & Vendramini, A. (2018). Os impactos da quarta revolução industrial. *GV-EXECUTIVO*, 17(1), 40-43.
- Mahapatra, S. (2019). Smartphone addiction and associated consequences: role of loneliness and self-regulation. *Behaviour and Information Technology*, 38(8), 833– 844. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1560499>
- Mahmoud, A. B., Fuxman, L., Mohr, I., Reisel, W. D., & Grigoriou, N. (2021). “We aren't your reincarnation!” workplace motivation across X, Y and Z generations. *International Journal of Manpower*, 42(1), 193-209.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. *Psychoanalytic Review* (1970 reprint), 57, 378-404.
- Marôco, J. (2018). *Análise Estatística com o SPSS Statistics.: 7ª edição*. ReportNumber, Lda.
- Martins, E., & Szymanski, H. (2004). A abordagem ecológica de Urie Bronfenbrenner em estudos com famílias. *Estudos e pesquisas em Psicologia*, 4(1), 0-0.
- Miller, W. R., & Brown, J. M. (1991). Self-regulation as a conceptual basis for the prevention and treatment of addictive behaviors. In: Heather, N., Miller, W. R., Greely, J., (Eds.). *Self-control and the addictive behaviours*. Sydney: Maxwell Macmillan, pp. 3–79.
- Mischel, W. (1974). Processes in delay of gratification. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 7, pp. 249-292). Academic Press.
- Montgomery, D. C. (2017). *Design and Analysis of Experiments* (9th ed.). John Wiley & Sons.
- Murteira, Bento (1993). *Análise Exploratória de Dados, Estatística Descritiva*. McGraw-Hill.
- Neal, D. J., & Carey, K. B. (2005). A follow-up psychometric analysis of the self-regulation questionnaire. *Psychology of addictive behaviors*, 19(4), 414.
- Nelis, D., Quoidbach, J., Hansenne, M., & Mikolajczak, M. (2011). Measuring individual differences in emotion regulation: The emotion regulation profile-revised (ERP-R). *Psychologica belgica*, 51(1).
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson.

- Neophytou, E., Manwell, L. A., & Eikelboom, R. (2021). Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: A scoping review. *International Journal of Mental Health and Addiction, 19*, 724-744.
- Nunes, P. P. D. B., Abdon, A. P. V., Brito, C. B. D., Silva, F. V. M., Santos, I. C. A., Martins, D. D. Q., ... & Frota, M. A. (2021). Fatores relacionados à dependência do smartphone em adolescentes de uma região do Nordeste brasileiro. *Ciência & Saúde Coletiva, 26*, 2749-2758.
- Oliveira, F. A. F. D., & Barroco, S. M. S. (2023). REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E SMARTPHONE: CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO CONTEMPORÂNEO. *Psicologia em Estudo, 28*, e51648.
- Oliveira, A. (2017). *Mentes digitais: A ciência redefinindo a humanidade*. Lisboa: IST
- Ortner, C. N., Corno, D., Fung, T. Y., & Rapinda, K. (2018). The roles of hedonic and eudaimonic motives in emotion regulation. *Personality and Individual Differences, 120*, 209-212.
- Press.
- Paul, C., & Cozby, S. C. B. (2012). *Methods in behavioral research*.
- Perls, F. (1975) *HAMBRE Y AGRESION*. Cidade do México: Fundo de Cultura Econômica.
- Peterson, C., Ruch, W., Beermann, U., Park, N., & Seligman, M. E. (2007). Strengths of character, orientations to happiness, and life satisfaction. *The journal of positive psychology, 2*(3), 149-156.
- Racolça-Paina, N. D., & Irini, R. D. (2021). Generation Z in the workplace through the lenses of human resource professionals—A qualitative study. *Calitatea, 22*(183), 78-85.
- Ramos, L. A., Mira, T., & Costa, A. (2018). Psychometric properties of the Portuguese version of the Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities scale (HEEMA). Unpublished data, University of Beira Interior, Faculty of Social and Human Sciences, Department of Psychology and Education.
- Reig, D., & Vilches, L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Fundación Telefónica.
- Reinecke, L., Gilbert, A., & Eden, A. (2022). Self-regulation as a key boundary condition in the relationship between social media use and well-being. *Current Opinion in Psychology, 45*, 101296.

- Riley, M. W. (1973). Aging and cohort succession: Interpretations and misinterpretations. *Public Opinion Quarterly*, 37(1), 35-49.
- Rodrigues, S. C. A. (2012). *Modelo de regressão linear e suas aplicações* (Doctoral dissertation, Universidade da Beira Interior (Portugal)).
- Rozgonjuk, D., & Elhai, J. D. (2021). Emotion regulation in relation to smartphone use: Process smartphone use mediates the association between expressive suppression and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 40, 3246-3255.
- Rudolph, C. W., & Zacher, H. (2017). Considering generations from a lifespan developmental perspective. *Work, Aging and Retirement*, 3(2), 113-129.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57 (6), 1069-1081.
- Samaha, M., & Hawi, N. S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life. *Computers in Human Behavior*, 57, 321–325. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.045>
- Santana, V. S., & Gondim, S. M. G. (2016). Regulação emocional, bem-estar psicológico e bem-estar subjetivo. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 21, 58-68.
- Santos, P. H. M. L. D. (2020). *Millenials on board and generation z taking off: um olhar sobre os fatores motivadores, a satisfação e o bem-estar das duas gerações* (Master's thesis).
- Schwab, K. (2019). *A quarta revolução industrial*. Edipro.
- Schuman, H., & Scott, J. (1989). Generations and collective memories. *American sociological review*, 359-381
- Schwartz, B. (2007). O paradoxo da escolha: por que mais é menos. *São Paulo: A Girafa Editora*.
- Seligman, M.E.P. (2012) *Florescer: Uma nova compreensão sobre a natureza da Felicidade e do Bem-Estar*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Urlick, M. J. (2014). The presentation of self: Dramaturgical theory and generations in organizations. *Journal of Intergenerational Relationships*, 12(4), 398-412. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/15350770.2014.961829?needAccess=true>

- Urick, M. J., Hollensbe, E. C., Masterson, S. S., & Lyons, S. T. (2017). Understanding and managing intergenerational conflict: An examination of influences and strategies. *Work, Aging and Retirement*, 3(2), 166-185.
- Varsori, E. (2023). As tecnologias de hiperconexão e os usos do tempo no cotidiano dos jovens: um estudo com estudantes universitários.
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203-220.
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (Eds.). (2016). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. Guilford Publications.
- World Health Organization. (2015). *Public health implications of excessive use of the internet, computers, smartphones and similar electronic devices: Meeting report, Main Meeting Hall, Foundation for Promotion of Cancer Research, National Cancer Research Centre, Tokyo, Japan, 27-29 August 2014*. World Health Organization.
- Yang, Y., Li, P., Fu, X., & Kou, Y. (2017). Orientations to happiness and subjective well-being in Chinese adolescents: The roles of prosocial behavior and internet addictive behavior. *Journal of happiness studies*, 18, 1747-1762.
- Yang, G., Cao, J., Li, Y., Cheng, P., Liu, B., Hao, Z., ... & Ren, Z. (2019). Association between internet addiction and the risk of musculoskeletal pain in Chinese college freshmen—a cross-sectional study. *Frontiers in psychology*, 10, 1959.
- Yang, Z., Asbury, K., & Griffiths, M. D. (2019). An exploration of problematic smartphone use among Chinese university students: Associations with academic anxiety, academic procrastination, self-regulation and subjective wellbeing. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 596-614.
- Yildirim, M. S., Sevincer, G. M., Kandeger, A., & Afacan, C. (2018). Investigation of the relationship between risk of internet addiction, food addiction, and self-esteem in high school students. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 31(2), 187.
- Yue, H., Yue, X., Liu, B., Li, X., Dong, Y., & Bao, H. (2023). Short version of the smartphone addiction scale: Measurement invariance across gender. *Plos one*, 18(3), e0283256.
- Yusoff, W. F. W., & Kian, T. S. (2013). Generation differences in work motivation: From developing country perspective. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 2(4), 97-103.

- Zhitomirsky-Geffet, M., & Blau, M. (2016). Cross-generational analysis of predictive factors of addictive behavior in smartphone usage. *Computers in human behavior, 64*, 682-693.
- Zou, Y., Xia, N., Zou, Y., Chen, Z., & Wen, Y. (2019). Smartphone addiction may be associated with adolescent hypertension: a cross-sectional study among junior school students in China. *BMC pediatrics, 19*, 1-8.

## ANEXOS

## ANEXO A

### A1 - Relações bivariadas entre as variáveis de estudo

**Tabela 1** - Correlação de Pearson entre orientações para as atividades, autorregulação e nível de adição ao smartphone

Variável	Autorregulação			Nível de Adição ao Smartphone
	CI	EO	ARG	AS
OE	-.13	-.01	-.08	.19*
OH	-.34**	-.34**	-.30**	.36*
OHC	-.27**	-.19**	-.24**	.28**
OHP	-.36**	-.24**	-.32**	.38**
AS	-.51**	-.43**	-.50**	1

*Nota 1.* OE – orientação eudaimónica; OH – orientação hedónica; OHC – orientação hedónica conforto; OHP – orientação hedónica prazer; AS – nível de adição ao *smartphone*; CI – controle de impulsos; EO – estabelecimento de objetivos; ARG – autorregulação global.

*Nota 2.* \*\* Correlação significativa para  $p < 0.01$ ; \* Correlação significativa para  $p < 0.05$

## A2 - Modelo de mediação

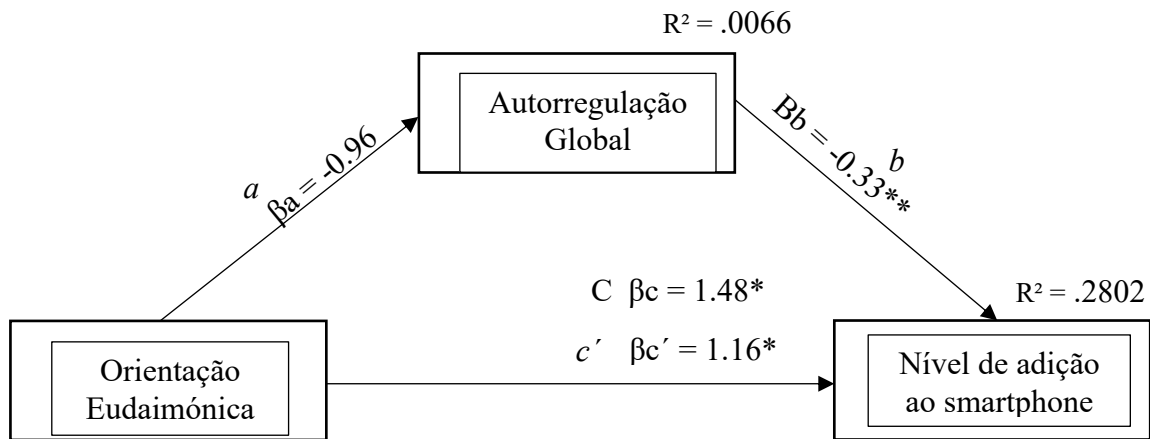


Figura 1 – Modelo<sup>i</sup> de mediação da autorregulação global na relação entre orientação eudaimónica e o nível de adição ao smartphone

**Tabela 2 - Efeitos Indiretos das Orientações para as Atividades sobre o Nível de adição ao Smartphone, Mediados pela Autorregulação global**

Variável	Efeito Indireto	SE	LI	LS
Orientação Hedónica	1.19	0.33	0.58	1.87
Orientação Eudaimónica	0.32	0.29	-0.24	0.91

Com relação ao modelo eudaimónico (Figura 1), verifica-se que 28.02% da variação do nível de adição ao smartphone é explicado pelas variáveis orientação eudaimónica e autorregulação global juntas. E somente 0.06% da variação da autorregulação global é explicada pelas orientações eudaimónicas. Como já esperado, não foi constatada mediação da autorregulação em nível de adição ao smartphone por se considerar que a relação entre a orientação eudaimónica e autorregulação não foi significativa ( $\beta = -.96$ ;  $p = .267$ ), e o efeito indireto também não (intervalo de confiança inclui zero).

### A3 - Modelo de mediação moderada: Geração X

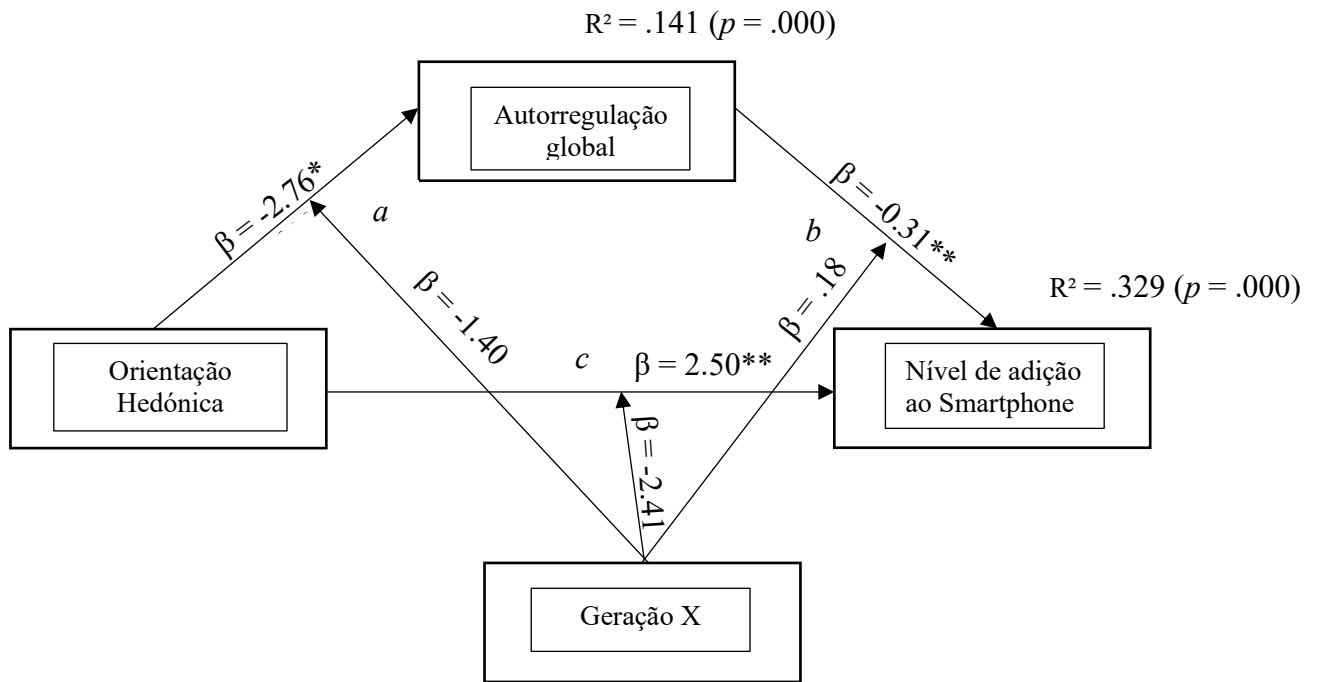


Figura 2 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação hedônica, nível de adição ao smartphone e geração x

**Tabela 3** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 3

Teste	F	p
Orientação Hedônica por Autorregulação Global (X*M)	.35	.54
Orientação Hedônica por Geração X (X*W)	2.42	.12
Autorregulação Global por Geração X (M*W)	1.25	.26

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

De acordo com a figura 2 e os dados obtidos na tabela 3, é possível identificar que os resultados dos testes de interação não foram significativos, com todos os valores de  $p > 0.05$  ( $p = .54$ ;  $p = .12$  e  $p = .26$ ). Ou seja, por conta desses resultados, constata-se que a geração x não moderou nenhuma das relações entre as variáveis.

**Tabela 4** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração x na relação entre a orientação hedônica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
---------	--------	----	----

Efeito indireto condicional de orientação hedónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	.52	-1.18	2.21
Efeito direto condicional entre orientação hedónica e nível de adição ao smartphone	.08	-2.69	2.86
Índice de mediação-moderada	-.33	-2.16	1.50

Com base nos dados obtidos na tabela 4, os efeitos apresentados tiveram todos os intervalos de confiança incluindo zero, apontando para o fato de que nenhum deles foi significativo. Isso significa que não houve mediação, portanto, não houve também moderação da mediação.

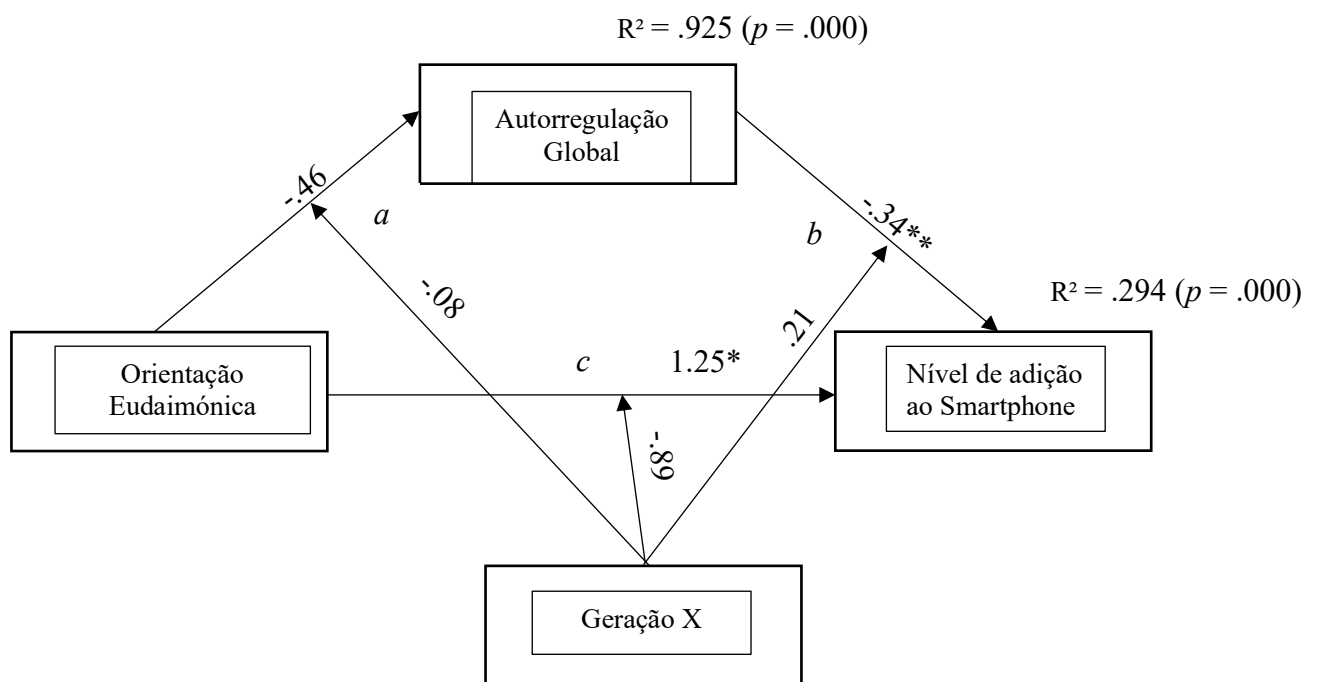


Figura 3 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação eudaimónica, nível de adição ao smartphone e geração x

**Tabela 5** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 4

Teste	F	p
Orientação Eudaimónica por Autorregulação Global (X*M)	.0014	.97
Orientação Eudaimónica por Geração X (X*W)	2.42	.12

Autorregulação Global por Geração X (M*W)	1.25	.26
---	------	-----

Nota:  $X$  = variável independente;  $M$  = mediador;  $W$  = moderador.

A figura 3 e a tabela 5 indicam que os resultados dos testes de interação não foram significativos, com todos os valores de  $p > 0.05$  ( $p = .97$ ;  $p = .12$  e  $p = .26$ ). Ou seja, por conta desses resultados, constata-se que a geração x não moderou nenhuma das relações entre as variáveis.

**Tabela 6** - *Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração x na relação entre as orientação eudaimónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone*

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação eudaimónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	.07	-.48	.83
Efeito direto condicional entre orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone	.36	-2.08	2.80
Índice de mediação-moderada	-.08	-.92	.83

Como já esperado no modelo com a orientação eudaimónica como preditora, os intervalos de confiança exibidos na tabela 6 demonstram que nenhum dos efeitos foi significativo (todos incluem zero), o que sugere que não existiu mediação, nem mediação moderada. Como a geração x não moderou nenhuma das relações entre as variáveis, não se procedeu a análise da dimensão controle de impulsos da autorregulação.

**Modelo de mediação moderada: Geração Y**

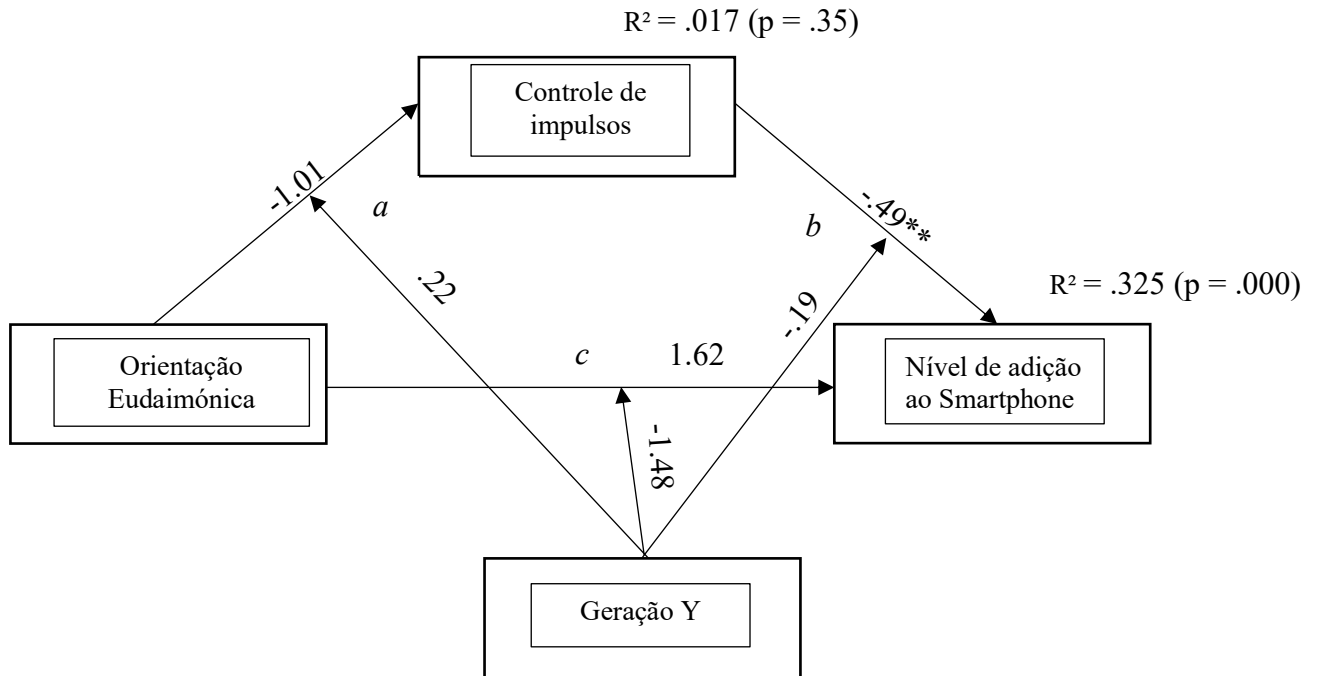


Figura 4 – Modelo de mediação moderada: controle de impulsos, orientação eudaimônica, nível de adição ao smartphone e geração y

**Tabela 7** – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 8

Teste	F	p
Orientação Eudaimônica por Controle de impulsos (X*M)	1.64	.20
Orientação Eudaimônica por Geração Y (X*W)	2.20	.13
Controle de impulsos por Geração Y (M*W)	1.89	.17

Nota: X = variável independente; M = mediador; W = moderador.

Com base nos resultados apresentados na figura 4 e na tabela 7 é possível identificar que não houve moderação da geração y nas relações entre as variáveis, todos os valores de p não foram significativos ( $p = .20$ ;  $p = .13$  e  $p = .17$ ) nos testes de interação.

**Tabela 8** - Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração y na relação entre as orientação eudaimônica, controle de impulsos e nível de adição ao smartphone

Relação	Efeito	LI	LS
---------	--------	----	----

Efeito indireto condicional de orientação eudaimónica em nível de adição ao smartphone via controle de impulsos	.54	-.49	1.64
Efeito direto condicional entre orientação eudaimónica e nível de adição ao smartphone	.14	1.37	1.65
Índice de mediação-moderada	.04	-1.22	1.35

De acordo com a tabela 8, apesar de o efeito indireto ter sido significativo, com intervalos de confiança que não incluem zero, o efeito indireto não foi significativo. Por isso, constata-se que não houve mediação neste modelo, e consequentemente não houve moderação da mediação.

### Modelo de mediação moderada: Geração Z

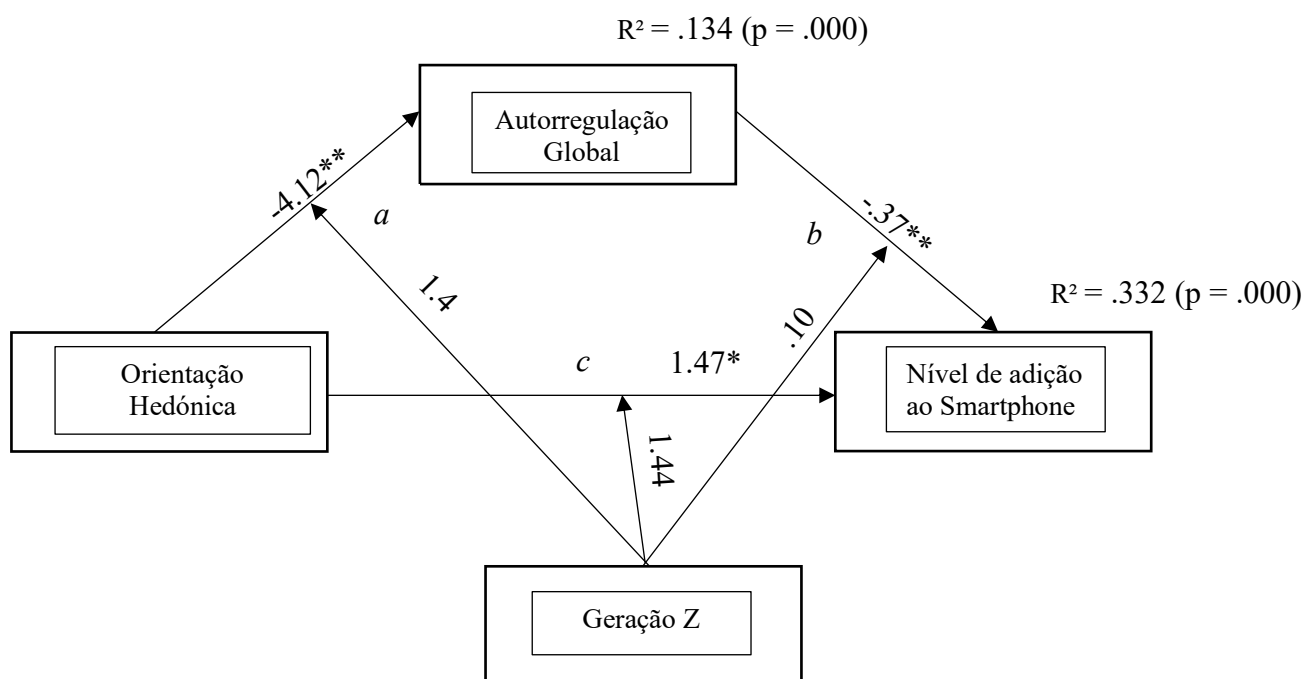


Figura 5 – Modelo de mediação moderada: autorregulação global, orientação hedónica, nível de adição ao smartphone e geração z

Tabela 9 – Resultados dos testes de interação do modelo representado na figura 9

Teste	F	p
-------	---	---

Orientação Hedónica por Autorregulação Global (X*M)	.59	.44
Orientação Hedónica por Geração Z (X*W)	1.46	.22
Autorregulação Global por Geração Z (M*W)	1.51	.22

Nota:  $X$  = variável independente;  $M$  = mediador;  $W$  = moderador.

De acordo com os dados apresentados na figura 5 e na tabela 9 as interações da variável geração z com as restantes variáveis não foram significativas, todos os valores de  $p > 0.05$ . O que sugere que a geração z não moderou nenhuma das relações.

**Tabela 10** - *Efeitos diretos, indiretos e índice de mediação-moderação da geração z na relação entre as orientação hedónica, autorregulação global e nível de adição ao smartphone*

Relação	Efeito	LI	LS
Efeito indireto condicional de orientação hedónica em nível de adição ao smartphone via autorregulação global	.70	-.16	1.90
Efeito direto condicional entre orientação hedónica e nível de adição ao smartphone	2.92	1.04	4.79
Índice de mediação-moderada	-.84	-2.13	.61

Conforme a tabela 10, apesar do efeito direto ter sido estatisticamente significativo (intervalos de confiança sem incluir zero), o efeito indireto não foi significativo. Ou seja, não houve mediação, nem mesmo mediação moderada.