Universidades Lusíada

Fialho, Joaquim, 1973-
Martins, Inês Casquilho, 1985-
Caraça, Lourdes
Oliveira, Andreia

Scroll. Logo existo! : comportamentos aditivos no uso dos ecrãs

http://hdl.handle.net/11067/7244
https://doi.org/10.34628/ezgp-4p63

Metadados

Data de Publicação	2023
Editor	Universidade Lusíada
Tipo	book
Revisão de Pares	no
Coleções	[ILID-CLISSIS] Livros

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-10-12T05:29:11Z com informação proveniente do Repositório

http://repositorio.ulusiada.pt

Joaquim Fialho • Inês Casquilho-Martins
Lourdes Caraça • Andreia Gonçalves

Scroll. Logo existo!

COMPORTAMENTOS ADITIVOS NO USO DOS ECRÃS

Universidade lusíada editora

Scroll.
Logo existo!
Comportamentos aditivos no uso dos ecrãs

Universidade lusíada editora
Lisboa, 2023

Scroll.
Logo existo!
Comportamentos aditivos no uso dos ecrãs

Joaquim Fialho • Inês Casquilho-Martins
Lourdes Caraça • Andreia Gonçalves

Universidade lusíada editora
Lisboa, 2023

Casa do Conhecimento da Universidade Lusíada – Catalogação na Publicação

SCROLL. LOGO EXISTO!

Scroll. Logo existo! : comportamentos aditivos no uso dos ecrãs / Joaquim Fialho… [et al.]. - Lisboa : Universidade Lusíada Editora, 2023. (CLISSIS)
ISBN 978-989-640-268-6

1. Dependência da Internet
2. Redes sociais na Internet
3. Comportamento compulsivo

I - FIALHO, Joaquim, 1973-
II - MARTINS, Inês Casquilho, 1985-
III - GONÇALVES, Andreia, 1985-
IV - CARAÇA, Lourdes, 1973-

CBC RC569.5.I54 F53 2023

Ficha Técnica

Autores	**Joaquim Fialho, Inês Casquilho Martins, Andreia Gonçalves e Lourdes Caraça**	ISBN	**978-989-640-268-6**
Título	**Scroll. Logo existo!: comportamentos aditivos no uso dos ecrãs**		
Coleção	**CLISSIS**		
Local	Lisboa	Depósito Legal	526922/24
Ano	2023	DOI	https://doi.org/10.34628/ezgp-4p63
Apoio	Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto «UIDB/04624/2020»		
Parceria	ICAD - Instituto para os Comportamentos Aditivos e as Dependências, I. P.		
Editora e distribuidora	**Universidade Lusíada Editora** Rua da Junqueira, 188-198 — 1349-001 Lisboa • Telefone: +351 213 611 560 URL: http://editora.ulusiada.pt • E-mail: editora@lis.ulusiada.pt		
Capa	Mário Moreira	Paginação	Amanda Machado Torres
Impressão e acabamentos	Estria, Produções Gráficas, SA		
Tiragem	100		
Permutas	**Casa do Conhecimento da Universidade Lusíada** Rua da Junqueira, 188-198 – 1349-001 Lisboa Telefone: +351 213 611 560 • E-mail: cdc@ulusiada.pt		

© 2023, Fundação Minerva — Cultura — Ensino e Investigação Científica | Universidade Lusíada
Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida por qualquer processo eletrónico, mecânico ou fotográfico incluindo fotocópia, xerocópia ou gravação, sem autorização prévia da Editora.
Os textos que constituem esta obra seguem, por decisão dos respetivos autores, a antiga ou a atual grafia.
O conteúdo desta obra é da exclusiva responsabilidade dos seus autores e não vincula a Universidade Lusíada.

SUMÁRIO

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos **11**
Lista de figuras **12**
Lista de tabelas **14**
Lista de quadros **17**
Resumo **18**
Abstract **19**
Introdução **20**

1. O Mundo está cada vez mais digital **25**

2. A construção da dependência de ecrãs **35**
2.1 A internet enquanto doença psicológica **49**
2.2 O acesso aos ecossistemas digitais pelos smartphones **60**
2.3 O mundo encantado das redes sociais digitais **63**

3. Critérios para definir o comportamento dependente **67**

4. Metodologia de Investigação **77**
4.1 Justificação do estudo e objetivos **78**
4.2 Técnicas e procedimentos adotados **80**
4.3 Modelo de análise **81**
4.4 Instrumentos de recolha de dados e cuidados éticos no processamento da informação **83**
4.5 População e amostra **85**
4.6 Análise de dados **86**

5. Resultados **89**
5.1 Caraterização das pessoas participantes no estudo **89**
5.1.1 Perfis de utilização face aos atributos **96**

5.2 Práticas de uso dos ecrãs: principais finalidades da utilização da internet e utilização de aplicações de conetividade social (redes sociais digitais) **104**

5.3 Práticas de uso dos ecrãs: formas e lógicas de interação **106**

6. Comportamentos associados ao uso de ecrãs: identificação de comportamentos aditivos no uso da internet e das redes sociais digitais.....**117**

7. Práticas regionais de utilização dos ecrãs..... **127**

8. O comportamento face aos ecossistemas digitais: aplicação dos critérios de Young (1998) **139**

8.1 Necessidade de estar online: participantes com situação de dependência de ecrãs..... **144**

8.2 Necessidade de estar online: os critérios da escala de Young aplicados aos participantes **147**

8.3 Normalização da dependência digital **163**

9. Análise dos hábitos de consumo de conteúdos digitais e de comportamentos aditivos com suporte em testemunhos e casos reais **173**

9.1 Perfil de consumo digital..... **173**

9.2 Trajetórias de consumo digital..... **177**

9.2.1 Descoberta e iniciação na utilização de redes sociais **177**

9.2.2 Principais motivos de permanência e utilização das redes sociais.. **179**

9.3 Interações sociais no consumo digital **183**

9.3.1 Utilização e interação interpessoal nas redes sociais..... **184**

9.3.2 Gestão do tempo na utilização das redes sociais **186**

9.4 Características dos conteúdos que se consomem nas redes sociais digitais **191**

9.5 Consequências dos consumos de conteúdos digitais..... **195**

9.6 Dependência da internet e das redes sociais digitais **197**

10. Discussão dos resultados..... **203**

10.1 Práticas de uso dos ecrãs e os comportamentos aditivos que daí resultam **205**

10.2 Comportamentos aditivos nos utilizadores de ecrãs **208**
10.3 Práticas regionais de utilização aditiva dos ecrãs..... **214**
10.4 Perfis de comportamentos aditivos na utilização dos ecrãs..... **220**
10.5 Limitações do estudo **223**

11. Plano de Ação (recomendações para a ação) **227**

Considerações finais..... **231**
Bibliografia **235**
Glossário **239**
Apêndices **243**
Apêndice I – Modelo de análise (quantitativo)..... **243**
Apêndice II – Modelo de análise (qualitativo)..... **244**
Apêndice III – Inquérito por questionário disponibilizado online **249**
Apêndice IV – Conjunto de dados estatísticos selecionados
(por regiões) **257**

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

App – Aplicação

AML – Área Metropolitana de Lisboa

CYAND – China *Youth Association for Network Development*

DDI – Diagnóstico de dependência de internet

DDRS – Diagnóstico de dependência de redes sociais

DI – Dependência de internet

DSM-V – *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*

ERRV – Esquema de reforço de razão variável

IA – Inteligência artificial

IADQ – *Internet Addiction Diagnostic Questionnaire*

IAT – Escala de Adição à Internet

ITU – *International Telecommunication Union*

NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

RAA – Região Autónoma dos Açores

RAM – Região Autónoma da Madeira

PDA – *Personal digital assistant*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo neuropsicológico de encadeamento da dependência de internet

Figura 2 – Ciclo da adição

Figura 3 – Modelo de Comportamento Aditivo

Figura 4 – Matriz do projeto de investigação

Figura 5 – Processo de investigação

Figura 6 – Género das pessoas participantes (n=1704)

Figura 7 – Distribuição das pessoas participantes por grupos etários (n=1704)

Figura 8 – Distribuição das pessoas participantes por regiões NUTS II (n=1704)

Figura 9 – Distribuição das pessoas participantes por nível de escolaridade (n=1704)

Figura 10 – Estado civil das pessoas participantes (n=1704)

Figura 11 – Tipo de rede social utilizada por género (n=1704)

Figura 12 – Práticas de utilização dos ecrãs por género (n=1704)

Figura 13 – Preocupação com o que se passa na internet e nas redes sociais por faixas etárias (n=1704)

Figura 14 – Utilização da internet e das redes sociais internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico por faixas etárias (n=1704)

Figura 15 – Irritação e ansiedade por falta de acesso a equipa tecnológico à internet, vida online ou redes sociais por faixas etárias (n=1704)

Figura 16 – Situações em que perdeu a noção do tempo na internet ou nas redes sociais e não conseguir sair das mesmas por faixas etárias (n=1704)

Figura 17 – Tentativa de esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet por faixas etárias (n=1704)

Figura 18 – Procura de satisfação através da utilização da internet e das redes sociais por faixas etárias (n=1704)

Figura 19 – Recurso a mentiras a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo de utilização da internet e das redes sociais por faixas etárias (n=1704)

Figura 20 – Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet ou das redes sociais por faixas etárias (n=1704)

Figura 21 – Redes sociais utilizadas na região Norte (n=1704)

Figura 22 – Redes sociais utilizadas na região Centro (n=1704)

Figura 23 – Redes sociais utilizadas na AML (n=1704)

Figura 24 – Redes sociais utilizadas na região Alentejo (n=1704)

Figura 25 – Redes sociais utilizadas na região Algarve (n=1704)

Figura 26 – Redes sociais utilizadas na RA Açores (n=1704)

Figura 27 – Redes sociais utilizadas na RA Madeira (n=1704)

Figura 28 – Tipo de dependência

Figura 29 – Distribuição da dependência internet

Figura 30 – Distribuição da dependência de redes sociais

Figura 31 – Distribuição de participantes com as duas dependências

Figura 32 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – habilitações e internet

Figura 33 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – habilitações e redes sociais

Figura 34 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – género

Figura 35 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – escalão etário

Figura 36 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – NUT II

Figura 37 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – habilitações escolares

Figura 38 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho

Figura 39 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – estado civil

Figura 40 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – escalão de rendimento

Figura 41 – Correspondência/impacto dos critérios de Young (1998)

Figura 42 – Diagnóstico de dependência (Alves, 2014)

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Caraterização sociodemográfica das pessoas participantes no estudo (n=1704)

Tabela 2 – Situação perante o trabalho das pessoas participantes no estudo (n=1704)

Tabela 3 – Rendimento médio mensal das pessoas participantes no estudo (n=1704)

Tabela 4 – Tipo de rede social utilizada por escalão etário (n=1704)

Tabela 5 – Redes sociais utilizadas por região (n=1704)

Tabela 6 – Redes sociais por nível de escolaridade (n=1704)

Tabela 7 – Redes sociais utilizadas por estado civil (n=1704)

Tabela 8 – Redes sociais utilizadas por situação perante o trabalho (n=1704)

Tabela 9 – Redes sociais utilizadas por escalão de rendimento (n=1704)

Tabela 10 – Principais finalidades da utilização da internet (n=1704)

Tabela 11 – Redes sociais regularmente mais utilizadas (n=1704)

Tabela 12 – Praticas de utilização dos ecrãs por grupo etário (n=1704)

Tabela 13 – Praticas de utilização dos ecrãs por escolaridade (n=1704)

Tabela 14 – Praticas de utilização dos ecrãs por estado civil (n=1704)

Tabela 15 – Praticas de utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho (n=1704)

Tabela 16 – Praticas de utilização dos ecrãs por escalão de rendimento (n=1704)

Tabela 17 – Critérios da escala de Young (1998) ao uso da internet e das redes sociais (n=1704)

Tabela 18 – Principais finalidades da utilização da internet por região (NUTS II)

Tabela 19 – Redes sociais mais utilizadas por região (NUTS II)

Tabela 20 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) tendo por base o género

Tabela 21 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) aplicada à utilização da internet por região (NUTS II)

Tabela 22 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) aplicada à utilização das redes sociais por região (NUTS II)

Tabela 23 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por escalão etário – internet

Tabela 24 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por escalão etário – redes sociais

Tabela 25 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por estado civil – internet

Tabela 26 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por estado civil – redes sociais

Tabela 27 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho – internet

Tabela 28 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho – redes sociais

Tabela 29 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – escalão de rendimento – internet

Tabela 30 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) escalão de rendimento – redes sociais

Tabela 31 – Região Norte – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 32 – Região Centro – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 33 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 34 – Alentejo – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 35 – Algarve – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 36 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 37 – RA Açores – utilização dos ecrãs por grupo etário

Tabela 38 – Norte – utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 39 – Centro – utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 40 – Área Metropolitana de Lisboa– utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 41 – Alentejo– utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 42 – Algarve– utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 43 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 44 – RA Açores – utilização dos ecrãs por escolaridade

Tabela 45 – Norte – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 46 – Centro – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 47 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 48 – Alentejo – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 49 – Algarve – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 50 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 51 – RA Açores – utilização dos ecrãs por estado civil

Tabela 52 – Norte – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 53 – Centro – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 54 – Área Metropolitana de Lisboa– utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 55 – Alentejo – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 56 – Algarve – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 57 – RA Madeira – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 58 – RA Açores – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

Tabela 59 – Norte – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 60 – Centro – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 61 – Área Metropolitana de Lisboa– utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 62 – Alentejo – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 63 – Algarve – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 64 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

Tabela 65 – RA Açores – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Explicação da cadeia neuropsicológica da dependência de internet

Quadro 2 – Síntese da metodologia de investigação

Quadro 3 – Critérios da escala de Young (1998) e correspondência/impacto

Quadro 4 – Vantagens e desvantagens da utilização das redes sociais digitais

Quadro 5 – Aspetos de atração e fascínio nas redes sociais

Quadro 6 – Condições verificadas sobre sintomas associados a comportamento abusivo ou dependente da tecnologia (Santos, 2017)

Quadro 7 – Situações verificadas com base nos critérios do Diagnóstico de Dependência de Internet (DDI) (Young, 1998)

Quadro 8 – Situações verificadas com base nos critérios dependência da Internet e das Redes Sociais (Shahnawaz & Rehman, 2020)

Quadro 9 – Perfil de risco do utilizador de internet por região

Quadro 10 – Perfil de risco do utilizador de redes sociais por região

Quadro 11 – Plano de ação (recomendações)

RESUMO

A digitalização das relações sociais está a mudar a forma como estruturamos as rotinas da vida quotidiana. A internet e as redes sociais que surgiram para nos ajudar numa diversidade de funções, estão a tornar-nos seus servos. Esta adulteração do uso da tecnologia, que produz uma diversidade de comportamentos aditivos digitais, foi o ponto de partida para o desenvolvimento deste projeto de investigação. Compreender a mudança nos nossos hábitos de consumo digital e como eles nos colocam numa situação de dependência de ecrãs, permitiu-nos desenvolver uma estratégia metodológica, envolvendo a aplicação de um inquérito por questionário a nível nacional para identificar usos e práticas de dependência de ecrãs. Ao trabalho quantitativo seguiu-se a realização de entrevistas a participantes com dependência de ecrãs. Os resultados, ainda que não sejam alarmantes, deixam algumas inquietações sobre o uso excessivo dos ecrãs nos jovens portugueses e, de um modo geral, como as rotinas do quotidiano estão a ser moldadas por interações digitais com aplicações como o WhatsApp, correio eletrónico e uma diversidade de aplicações que se encontram instaladas no smartphone.

Palavras-chave: internet, redes sociais, dependência digital, ecrãs, relações sociais digitais

ABSTRACT

The digitalization of social relationships is changing the way we structure the routines of everyday life. The internet and social networks that have emerged to help us in a variety of functions are making us their servants. This adulteration of the use of technology, which produces a diversity of digital additive behaviors, was the starting point for the development of this research project. Understanding the change in our digital consumption habits and how they put us in a situation of screen addiction, allowed us to develop a methodological strategy, involving the application of a questionnaire survey at national level to identify uses and practices of screen addiction. The quantitative work was followed by interviews with participants with screen addiction. The results, although not alarming, leave some concerns about the excessive use of screens in Portuguese young people and, in general, how daily routines are being shaped by digital interactions with applications such as WhatsApp, email and a variety of applications that are installed on the smartphone.

Keywords: internet, social networks, digital addiction, screens, digital social relations

INTRODUÇÃO

A internet e as redes sociais vieram refundar a forma como estruturamos as nossas relações de sociabilidade. Invisibilidade, anonimato, a qualquer hora e em qualquer lugar, por voz, mensagem ou imagem, de forma fácil e intuitiva, síncrona ou assíncrona, constituem um conjunto de características inerentes a uma "ecranização" das relações sociais.

Na rua, em casa, na escola, no café, no trabalho e numa imensidão de outros lugares, há sempre um argumento para entrar em modo de navegação online e usufruir de uma imensidão de possibilidades que a vida online nos proporciona, através da simplicidade de um *scroll*. O problema não está no acesso. Ter acesso é característica do mundo contemporâneo que se estrutura a partir de dinâmicas de interação online. O problema está, sim, no acesso descontrolado e na forma como a internet e as redes sociais nos estão a tornar seres dependentes da vida digital, em detrimento das nossas relações de sociabilidade que implicam o contacto presencial.

Nos anos noventa surgiram os primeiros trabalhos sobre a dependência de internet. São resultado da apreensão de investigadores e da sociedade em geral que observava a penetração da tecnologia na estruturação da vida quotidiana. A dependência da internet, denominada de *Internet Addiction Disorder* (Goldberg, 1996) passou a estar no centro de preocupações. O uso intenso e descontrolado, provocando modificações no comportamento das pessoas, passou a ser alvo de vários trabalhos. O termo de *Internet Addiction Disorder* tem a sua origem nos trabalhos de Ivan Goldberg em 1996, cuja preocupação era mapear pessoas que tinham problemas em função do uso exagerado da internet. Para Griffiths (1995) a dependência da internet é uma dependência comportamental e não química, que envolve interações entre o indivíduo e o computador e que pressupõe alterações comportamentais, modificação do humor, tolerância, abstinência e conflitos. Young (1996) reporta-se ao fenómeno, comprando-o com o jogo patológico, em

que se verifica uma perturbação de controlo dos impulsos sem o consumo de uma substância.

No início deste século, a massificação e generalização das redes sociais digitais, sobretudo com o aparecimento do Facebook em 2004, vieram provocar uma panóplia crescente de alterações ao nível das interações sociais, em que as online iniciaram um caminho de conquista do espaço das relações sociais presenciais, de contacto físico com familiares, amigos e colegas de trabalho ou estudo. Iniciou-se um caminho que pode constituir uma causa de dependência online.

A dependência online, neste projeto considerada como o uso da internet e das redes sociais, é um processo silencioso que resulta da incorporação de hábitos de fazer *scroll*, incorporados nas nossas rotinas e que, paulatinamente, nos aniquilam a liberdade. Explica Young (2011) que o uso intensivo da internet pode ter como consequência um quadro de comportamentos associados à angústia, sofrimento, incapacidade ou perda significativa da liberdade. A dependência dos ecrãs é, nos nossos dias, uma de muitas dependências que carecem de preocupação na sociedade civil. A dependência no ser humano é uma compulsão que o indivíduo apresenta para realizar determinadas atividades ou utilizar substâncias, que podem conduzir a consequências prejudiciais a nível mental, físico, social, espiritual e financeiro (Young, 2011).

O tempo de "consumo online" é um dos indicadores que nos pode ajudar a compreender melhor o fenómeno. Todavia, o excesso de tempo online não é sinónimo de dependência. Hoje, a vida profissional, num número muito significativo de profissões, estrutura-se a partir de ecrãs. Contudo, o problema surge quando a utilização assume contornos patológicos como descreveremos adiante no enquadramento teórico. Não obstante, nos trabalhos de Young (1996, 1998, 2004 e 2011) fica evidente a dificuldade de diagnosticar dependência da internet pelo facto de esta fazer parte da nossa vida profissional e social. Por esta razão, diagnosticar a dependência de internet e de redes sociais é um trabalho mais complexo, subjetivo e difícil do que a dependência de drogas ou bebidas alcoólicas.

Esta investigação teve como principal objetivo identificar algumas características dos portugueses na utilização dos ecrãs, e mais especificamente:

– Estudar as práticas de uso dos ecrãs e os comportamentos aditivos que daí resultam;

– Identificar comportamentos aditivos nos utilizadores de ecrãs;

– Caracterizar e diferenciar as práticas regionais de utilização aditiva dos ecrãs;

– Traçar perfis de comportamentos aditivos na utilização dos ecrãs

– Conceber um plano de ação para a prevenção dos comportamentos aditivos no uso dos ecrãs.

Como abordagem metodológica recolheram-se dados quantitativos e qualitativos, recorrendo à aplicação de um inquérito por questionário online, em que obtivemos 1704 respostas válidas de pessoas residentes em Portugal, e à realização de entrevistas em profundidade a pessoas com comportamentos aditivos na utilização da internet e/ou redes sociais. Foi ainda dinamizado um *focus group* com profissionais na área dos comportamentos aditivos e dependências para discutir e analisar o fenómeno e identificar estratégias de ação.

Os resultados obtidos apontam para uma dificuldade em separar a fronteira entre o uso profissional e o uso recreativo, pois verifica-se uma grande influência da utilização dos ecrãs para acesso ao correio eletrónico (e-mail) e na utilização no âmbito das atividades laborais. Porém, a utilização da internet para uma diversidade de fins lúdicos, como ver vídeos, notícias, compras, informação sobre viagens, *home banking*, está, a par com o uso das redes sociais, no topo das finalidades de utilização dos ecrãs.

Os dados apontam também para uma associação entre a idade/situação profissional e a relação de dependência dos ecrãs pois, como será demonstrado, é possível observar nos estudantes uma maior exposição aos ecrãs para fins lúdicos, tornando-os mais propensos para a dependência.

Ainda que os resultados não nos apresentem um quadro de dependência generalizada dos ecrãs, observa-se uma grande centralidade dos ecrãs nas rotinas quotidianas, os quais funcionam como fonte de prazer e escape, havendo, inclusivamente, uma tendência para se perder a noção do tempo de utilização.

1. O MUNDO ESTÁ CADA VEZ MAIS DIGITAL

O mundo tem mudado muito nos últimos anos. Mesmo muito. A tecnologia digital (aqui referida apenas como "tecnologia") veio provocar uma revolução nos modos de vida e nas práticas quotidianas, em particular nas relações de sociabilidade e na forma como as pessoas interagem (Fialho, 2023).

Pensar na tecnologia como um malefício para as sociedades pós-modernas é um erro crasso e um exame desprovido de honestidade analítica e focado na deturpação do valor que os avanços da tecnologia trouxeram para a nossa vida e para o progresso da humanidade. O olhar dicotómico que colocamos na tecnologia, se é boa ou má, deve derivar da forma como a utilizamos, como ela condiciona a nossa ação individual e coletiva e, fundamentalmente, pela capacidade que ela (ou nós) nos faz transpor para uma dimensão patológica (Fialho, Dias & Macedo, 2022; Fialho, 2023).

A tecnologia veio facilitar, e muito, a nossa vida. Vivemos num mundo cada vez mais ligado. Mais digital. O mundo virtual tornou-se um mundo paralelo que, tal como o mundo físico, também enferma por uma complexidade gigantesca. A facilidade com que um *click* ou um *scroll* nos proporciona uma imensidão de acessos a conteúdos, compras, redes sociais digitais, comunicações, jogos e divertimentos e uma panóplia de outras ofertas, são o resultado deste mundo virtual massificado.

> As implicações no comportamento humano, instigadas pela era da digitalização, são infinitas. Os avanços tecnológicos introduziram dinâmicas de interação que ocupam novas centralidades. A *internet* tornou-se um bem essencial e, concomitantemente, o combustível para as novas formas de interação social. O uso generalizado das redes sociais, símbolos da revolução digital, e a celeridade com que se apropriaram do nosso espaço e tempo quotidiano são, indiscutivelmente, o maior sinal da penetração do digital

> nas nossas vidas. Independentemente da faixa etária, profissão, habilitações escolares ou género, o tempo consumido digitalmente, num computador ou *smartphone*, é cada vez mais elevado. Estar ligado, tornou-se numa dinâmica de regularidade de cidadãos como nós, ou seja, *Homo digitalis*. O ritual de estar ligado é, hoje, um comportamento que caminha para uma normalização social (Fialho, 2023, pp. 16-17).

A generalização dos smartphones veio proporcionar uma infinidade de oportunidades digitais. Fazer *scroll* tornou-se um ato litúrgico no mundo virtual. A simplicidade no uso dos smartphones, aliada à igual simplicidade das App, constituem a principal explicação para a penetração da tecnologia digital nas nossas vidas e, de certa forma, na relação de dependência silenciosa que vamos constituindo com a interação virtual. De acordo com Fialho (2023), o *click* e o *scroll* entraram nas nossas rotinas. Tornaram-se um elemento do nosso quotidiano. Para além da sua utilização nas nossas rotinas laborais, há, também, um outro espaço que preenchemos com o acesso a uma imensidão de rotinas virtuais que tornam complexa a tarefa de desligar do mundo tecnológico. O mundo tecnológico é atrativo. Não só pela sua simplicidade, mas também pela possibilidade de podermos aceder a qualquer hora e em qualquer lugar.

Se é incontestável o lado benéfico que a tecnologia nos proporciona, nesta análise dicotómica, é certo que há um lado que importa compreender melhor. A dependência tecnológica da internet em geral, e das redes sociais em particular, vieram incutir rotinas de sociabilidade, que assentam na necessidade de estar *on* e, sobretudo, no estímulo de relações de dependência na utilização da tecnologia. Quando nos reportamos à dependência tecnológica de internet, consideramos o lado lúdico que extravasa a utilização nas nossas atividades profissionais. Aqui, temos dois tipos de utilização: o normal que faz parte, sobretudo, das nossas rotinas profissionais e o patológico, em que se enquadra a utilização descontrolada e que gera uma relação aditiva com a tecnologia (Alves, 2014).

A vida pós-moderna é muito diferente das gerações passadas. Aliás, sempre foi assim. Naturalmente, o impacto da tecnologia é a principal explicação para que as configurações sociais na vida quotidiana sejam abaladas pelo convívio virtual e distante. A vida em sociedade está a tornar-se híbrida. Uma coabitação

entre o físico e o digital. O espaço de convívio, outrora totalmente presencial, é hoje polvilhado por laivos de interação digital através dos ecrãs. O convívio à mesa já não se faz sem um olhar para o pulsar digital. As reuniões de trabalho ou entre amigos já acolheram o smartphone como mais um elemento da tertúlia. O conceito de relação social deve remeter-nos para a adoção da tecnologia como elemento integrante na interação. Os hábitos, hoje, são híbridos. Preocupantemente, híbridos. Pois, os impactos do uso excessivo como, por exemplo, depressão, ansiedade e outras patologias psicológicas e sociais devem soar como alertas nesta nova configuração das relações sociais. Constituem o outro lado (negativo) do uso da tecnologia (Fialho, Dias & Macedo, 2022; Fialho, 2023).

Todos beneficiamos com os avanços da tecnologia. A nossa qualidade de vida melhorou muito e as nossas rotinas também se tornaram mais ágeis. O acesso a serviços públicos, *home banking*, compras, acesso à informação e ao conhecimento em qualquer lugar e momento são, entre muitos outros, ganhos que não podemos refutar. A nossa vida tornou-se mais ágil e facilitada. Melhorou muito. Igualmente, a nossa comunicação e o consumo, tornaram-se de tal forma acessíveis que nos transformou em seres hiper. Hiper comunicantes e hiperconsumidores. Facebook, Instagram, WhatsApp, Snapchat, Twitter, Linkedin, entre outras redes sociais, tornaram-se extensões de nós. A "uberização[1]" das rotinas de consumo passou a fazer-se online, com o acesso aos templos de consumo a partir da palma da mão ou do computador. Um *click* e um *scroll* transformaram-se em aspirinas de prazer.

Introduzir na análise sociológica a dicotomia "boa" ou "má" é reduzir os ângulos e conduzir a um enviesamento das conclusões, concebendo discursos negacionistas ou de aceitação quando, efetivamente, a tecnologia é, talvez, a criação humana que maior penetração teve nas nossas vidas. A nossa relação com a tecnologia deve primar pelo uso consciente e de assunção dos benefícios que daí resultam. Transpor o uso consciente é entrar no domínio da escravização e dominação, entrando, inconscientemente, no campo do uso patológico e na incapacidade de dominar o uso da tecnologia (Fialho, 2023).

[1] O conceito de "uberização"surge associado ao modo de organização do trabalho desenvolvido a partir de empresas da economia de plataforma, também denominado de *crowd employment* e *crowdworking*. O conceito surge em vários artigos sem ser possível identificar o seu autor.

Estamos a construir uma sociedade assente em dominação tecnológica. Há, cada vez mais, uma necessidade de estar ligado sem se ter a noção do impacto que o excesso de conectividade tem nas nossas vidas (Fialho, Dias & Macedo, 2022; Fialho, 2023).

A revolução digital em curso é propensa para a eclosão de fenómenos de reprodução de desigualdades sociais. A internet não chega a todos da mesma forma e, nem todos, têm o mesmo quadro de competências que lhes permite descodificar, interpretar e beneficiar dos conteúdos da rede. Segundo o relatório *Internet World Stats 2022*[2], 89,6% dos europeus e 93,4% dos norte americanos já têm acesso à internet. Na América Latina a penetração da internet é de 81,8%. Se olharmos para os dados de África (46,8%), Oceania (71,5%) e Ásia (67,4%), relativos à população que tem acesso à internet, constatamos que há uma cobertura bem diferente dos europeus e norte americanos. Todavia, se associarmos a estes dados, para além da qualidade da rede, fatores como a falta de competências digitais da generalidade dos utilizadores, associadas a atributos como escolaridade e rendimento, estamos perante um longo caminho a percorrer. Acesso é bem diferente de domínio no uso.

Todavia, é evidente que se tem verificado um progresso positivo da conetividade global, em particular nos países desenvolvidos.

Os dados da ITU-*International Telecommunication Union*, no relatório *Measuring digital development. Facts and Figures: Focus on Least Developed Countries* (2023)[3] apresentam uma radiografia da conetividade ao nível global. Atualmente, cerca de 5,3 mil milhões de pessoas (66% da população global total) estão online, enquanto 2,7 mil milhões ainda permanecem offline. A presença da internet na vida das populações tem vindo a aumentar, não só pela consolidação das infraestruturas que permitem a conetividade, mas também pela tendência mundial de redução dos custos do serviço. Contudo, o custo continua a ser um grande obstáculo no acesso à internet, especialmente em economias de baixos rendimentos. Para a ITU a atual situação económica mundial – com inflação

[2] Disponível em: https://www.internetworldstats.com/stats.htm, consulta em 25/07/2022.

[3] ITU, Measuring digital development. Facts and Figures: Focus on Least Developed Countries, March 2023, disponível em: Measuring digital development: Facts and Figures: Focus on Least Developed Countries – ITU Hub, consulta em 06/10/2023.

elevada, taxas de juro crescentes e profunda incerteza – pode aumentar o desafio de alargar o alcance da internet em áreas de habitantes com rendimentos mais baixos e que ainda permanecem desligados.

Ainda segundo o relatório da ITU (2023), embora as mulheres representem quase metade da população mundial, há menos 259 milhões de mulheres com acesso à internet do que os homens. Apenas 63% das mulheres estão utilizando a internet em 2022, em comparação com 69% dos homens. A disparidade de género é ainda mais preocupante nos países com níveis de rendimento mais baixos, em que 21% das mulheres estão online, em comparação com 32% dos homens, um número que não melhorou desde 2019. Atualmente, quase três quartos da população mundial com 10 anos ou mais possui um telemóvel em 2022. Os telemóveis são a porta de entrada mais comum para a utilização da internet, servindo a percentagem de propriedade como indicador da disponibilidade e do acesso à internet. *Os jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos são a força motriz da conectividade, com 75% dos jovens em todo o mundo agora capazes de utilizar a internet, ao contrário dos 72% em 2021.* O consumo entre o resto da população é estimado em 65%. A universalidade, definida como mais de 95% de uso da internet, já foi alcançada entre a faixa etária jovem de 15 a 24 anos em economias com rendimentos mais elevados, correspondendo aos países desenvolvidos. As economias com rendimentos mais baixos apresentam o maior fosso entre gerações, com 39% dos jovens a utilizarem a internet, em comparação com apenas 23% do resto da população. As subscrições de banda larga móvel continuam a crescer rapidamente e estão a aproximar-se das taxas de subscrição de telemóveis, que estão a estabilizar. As assinaturas de banda larga fixa também continuam a crescer de forma constante, mas as baixas competências digitais continuam a ser um obstáculo que impede os indivíduos de perceberem plenamente os benefícios de estar online, bem como limitam a sua capacidade de evitar os seus perigos.

Relativamente os utilizadores de ecrãs mais jovens, os resultados do inquérito *EU Kids Online 2020*[4] revelam que a maioria das crianças da Europa utiliza

[4] Disponível em: EU-Kids-Online-2020-10Feb2020.pdf (lse.ac.uk), consulta em 12/07/2023.

os seus smartphones «diariamente» ou «quase todo o tempo», tendo o tempo passado online quase duplicado em comparação com 2010 em muitos países. A idade em que as crianças começam a utilizar dispositivos digitais também está a diminuir.

Contudo, o estado de consolidação da utilização de ecrãs pela população em geral acarreta riscos, sobretudo nos utilizadores mais jovens.

De acordo com o relatório da União Europeia (2022) "Uma Década Digital para as crianças e os jovens: a nova Estratégia europeia para uma Internet melhor para as crianças[5]" os níveis mais elevados de utilização da internet podem conduzir a um estilo de vida mais sedentário, com possíveis implicações para a saúde. Segundo o relatório, vários psicólogos geraram preocupação com os níveis desenvolvimento de problemas de atenção por parte das crianças e a dificuldade de desligar. Ainda que se estimule o equilíbrio saudável entre o online e o offline, a abstinência digital não é uma opção para as crianças atuais, uma vez que a informação, os elementos da educação formal, o contacto social e o entretenimento estão cada vez mais em linha. Importa perceber que a tecnologia continua a evoluir rapidamente, criando oportunidades e novos riscos. Alerta o relatório que no futuro próximo, a IA, a realidade virtual, aumentada e alargada, a internet das coisas, a criptomoeda e outras mudanças tecnológicas suscitarão novos desafios sociais e éticos (por exemplo, preconceitos, falta de equidade, falta de transparência na utilização da IA, interação com falsificações profundas, avatares e robôs).

Alerta ainda o relatório (2022) que:

> Tanto as crianças como os pais não estão sensibilizados para a ampla partilha de dados pessoais que pode resultar da utilização de serviços digitais, nomeadamente os que não têm pagamentos monetários. Embora tantos dados sejam recolhidos pela indústria sobre a utilização dos serviços digitais pelas crianças e os riscos conexos, os académicos não têm acesso a estes importantes conjuntos de dados, ou têm um acesso muito limitado. As crianças estão agora sistematicamente expostas a

[5] Disponivel em: Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions (europa.eu), consulta em 11/09/2023.

> conteúdos e práticas comerciais inadequadas. Continua a ser necessária investigação sobre o impacto neurológico a longo prazo nas crianças de métodos utilizados para fins comerciais, como a conceção persuasiva, por exemplo os mecanismos de jogos de fortuna ou azar, como os «baús do tesouro» (*loot boxes*) (pp.8-9).

O *Datareportal* 2022[6], partindo dos dados da população portuguesa de janeiro de 2022 (10,15 milhões), sublinha que 8,63 milhões de portugueses, neste período, já utilizam a internet (85%), sendo que 8,50 milhões são utilizadores de redes sociais. O Facebook é a principal rede social dos portugueses (5,95 milhões), enquanto o Instagram apresentava 5,40 milhões de utilizadores. Destaca, ainda, a mesma fonte que, em Portugal, no início de 2022, existiam cerca de dezasseis milhões de ligações de telemóveis, correspondendo a cerca de 158,3% de números ativos. Porém, não se deve estranhar esta amplitude da cobertura, se atendermos a que há utilizadores com telefone pessoal e para uso profissional. Importa, igualmente, destacar que os portugueses passam, por dia, cerca de oito horas ligados na internet. Estes dados permitem verificar que estamos cada vez mais ligados na internet para o desenvolvimento das nossas rotinas diárias.

Os indicadores da evolução da utilização da internet pela população portuguesa (2012-2021), disponíveis no Observatório das Competências Digitais[7], apontam para uma utilização regular de 75%, ao invés dos 16% de portugueses que, em 2021, nunca utilizaram. Esta tendência confirma a tese da necessidade de estarmos *on* e, cada vez mais, a internet se assume como elemento básico nas nossas necessidades. Igualmente, no projeto de investigação, denominado "*O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses*" (Fialho, Dias & Macedo, 2022), os resultados apontam, também, para uma tendência, cada vez maior, de penetração da internet na vida dos portugueses e, cumulativamente, uma necessidade (em alguns casos obsessão) de estar nas redes sociais.

---

[6] Disponível em. https://datareportal.com/reports/digital-2022-portugal, consulta em 12/05/2022

[7] Disponível: https://observatorio.incode2030.gov.pt/indicadores/indicadores_acesso-2/3a-individuos-que-utilizam--a-internet/, consulta em 12/06/2022

Os dados do inquérito *EU Kids Online 2020*, coordenado em Portugal por Ponte & Batista (2019) revelam que as diferenças de género são importantes na forma como as crianças portuguesas lidam com situações de risco online, na mediação parental e na incorporação das novas gerações de tecnologias inteligentes na vida quotidiana. Na participação de atividades online, as raparigas (27%) relatam experiências online mais incómodas do que os rapazes (18%). Perante estas situações, as raparigas pedem mais apoio aos colegas e adultos em quem confiam (pais, professores) do que os rapazes, que utilizam respostas mais proactivas e isoladas. Dos 33% de crianças que relataram ter visto conteúdo sexual, quase metade dos rapazes sentiram-se felizes com isso, em comparação com 7% das raparigas. As diferenças de género também são visíveis na forma como as crianças relatam as práticas familiares e a supervisão em torno das experiências online. As crianças portuguesas referem dificuldades na escolha das melhores palavras-chave para pesquisas online (67%), ou em verificar se a informação online é verdadeira (53%). Estas taxas mais baixas podem também refletir uma consciência crítica da complexidade de tais competências. As competências informativas fazem parte do currículo nacional de TIC ministrado nas escolas, cujos tópicos mais referidos estão relacionados com a segurança online, a etiqueta eletrónica e os direitos de autor.

O *Digital Development Dashboard*[8] da *International Telecommunication Union*, refere que Portugal tem uma cobertura de rede móvel de 100% em 2022 e que 97% da população possui um telemóvel ou smartphone. Esta proporção de 97% é idêntica em ambos os géneros. Relativamente aos dados de acesso à internet a partir de casa, 88% dos agregados familiares tem acesso à internet em casa (2022) e 71% dos agregados familiares tem computador em casa (2017). Contudo, há diferenças entre a utilização no meio rural e no meio urbano: domicílios com acesso à internet em casa, meio rural (2021) 81% e meio urbano 91%.

Os dados do *Dashboard* da ITU apresentam indicadores sobre as comunicações em Portugal e o acesso á internet:

[8] Disponivel em: Digital Development (itu.int), consulta em 06/10/2023.

Assinaturas de telefone móvel e fixo:

- Assinaturas de telemóvel por 100 habitantes (2022): 125
- Assinaturas de telefone fixo por 100 habitantes (2022): 53

Subscrições de banda larga móvel e fixa

- Subscrições ativas de banda larga móvel por 100 habitantes (2022):
- Assinaturas de banda larga fixa por 100 habitantes (2022): 44

Percentagem da população que utiliza a internet

- Indivíduos que utilizam a Internet (2022): 84%
- Utilização feminina da internet em % do total da população feminina (2022): 84%
- Utilização masculina da internet em % do total da população masculina (2022): 85%

O quadro aqui traçado é caracterizador da generalização da internet nos países desenvolvidos, num esforço crescente ao longo os últimos anos, facto que tem beneficiado do crescimento da cobertura de banda larga móvel e da massificação da utilização do smartphone, principal porta de acesso ao mundo online.

2. A CONSTRUÇÃO DA DEPENDÊNCIA DE ECRÃS

O problema não está na tecnologia. Nem nunca esteve. Nós, enquanto seres sociais, temos a capacidade de nos deixar emergir por níveis de utilização que transpõe os limites da razoabilidade e nos tornamos dependentes. A nossa vida está facilitada pela tecnologia. Sobretudo pela internet. No trabalho e nas nossas rotinas quotidianas há uma imensidão de benefícios que daqui advém. Este não é o problema. O problema está quando nos tornamos dependentes e não conseguimos controlar os nossos impulsos, sobretudo para fins lúdicos, de diversão, jogo ou sexo online. Estes, são alguns dos padrões de utilização que nos devem causar um alerta (Fialho, 2023).

Há séculos que as pessoas se tornaram física e psicologicamente dependentes de muitos comportamentos e substâncias. São padrões de utilização que podem impulsionar negativamente a vida das pessoas, sobretudo nos casamentos, relações, emprego e nas áreas jurídicas e financeiras (Greenfield,1999). Na história da humanidade sempre houve registos de dependência, com processos de aceitação/proibição complexos em cada sociedade. Hoje, com algum sarcasmo analítico, podemos dizer que o consumo digital lúdico se equipara, numa escala ainda maior, ao consumo de tabaco. Olhemos à nossa volta. Encontramos mais pessoas a fumar cigarros ou a olhar para o ecrã do telemóvel? Cada um faz o seu exercício e encontrará as suas respostas.

Hoje a tecnologia surge como um aliado muito importante na vida em sociedade. Todavia, a utilização de qualquer bem ou serviço de forma descontrolada pode tornar-se um problema.

O facto de substâncias, como o álcool e outras drogas que alteram o humor, criarem uma dependência física e/ou psicológica é bem conhecida. Mesmo certos comportamentos como o jogo, a alimentação, o trabalho, o exercício físico e o sexo, adquiriram uma aceitação mais recente no que diz respeito ao seu potencial de dependência. Mais recentemente, tem havido um reconhecimento

de que o desempenho compulsivo destes comportamentos pode despoletar processos de dependência idênticos aos encontrados nas drogas, álcool e outras substâncias. O uso da internet pode ser um comportamento aditivo que pode gerar um padrão de uso compulsivo que possivelmente leva a um padrão de uso repetitivo e descontrolado (Greenfield,1999). A forma como nos acomodamos à tecnologia, dita a normalidade no uso ou apropriação patológica.

> O facto de o progresso tecnológico ser inevitável soa a verdade porque uma certa forma de mudança tecnológica irá realmente acontecer; mas nenhuma tecnologia em particular é inevitável e a mudança nem sempre equivale a progresso. Mesmo depois de uma peça de tecnologia ser inventada, podemos escolher como usá-la e regulamentá-la (Véliz, 2022, p.87).

O uso descontrolado da tecnologia é um sinal dos tempos. Um sinal negativo do quanto estamos absorvidos pelos ecossistemas digitais, em que a internet e as redes sociais encabeçam esta realidade. O principal impacto negativo reside, sobretudo, no tempo excessivo que aplicamos no consumo tecnológico. Tal como outras substâncias, o consumo tecnológico atravessa todas as classes sociais, idades e profissões. Progressivamente, as rotinas passaram a ser intermediadas pelo *click* e pelo *scroll*. O uso do smartphone e do computador deixou de ser ocasional e passou a ser regular. A linha que separa o uso regular do uso patológico ou aditivo tornou-se ténue. Hoje, o uso desequilibrado de internet remete-nos para um conjunto de conceitos como, dependência de internet, perturbação de dependência de internet, uso patológico de internet, abuso de internet, comportamento possibilitado pela internet, uso compulsivo de internet, compulsão de redes sociais digitais e dependência virtual (Greenfield, 1999; 2011). Esta lista permite-nos perceber a panóplia de conceitos que podemos encontrar na literatura e que convergem para o uso descontrolado da tecnologia.

Todavia, ainda que possamos encontrar uma diversidade de conceitos, sublinha Greenfield (2011) que:

> Talvez os nomes mais exatos até o momento sejam *comportamento compulsivo possibilitado pela internet* ou *compulsão de mídia digital*, pois

> muitos comportamentos anteriormente associados apenas à internet foram agora incorporados a muitos dos aparelhos digitais mais recentes, tais como os assistentes pessoais digitais (PDAs, *personal digital assistants*), iPhones, *Black-Berries*, MP3 *Players*, aparelhos de jogos de mesa/portáteis e *smartphones* conectados à internet, assim como computadores de mesa, *laptops* e *notebooks* (p.169).

As qualidades únicas que parecem contribuir para o potencial de adição na internet podem estar relacionadas com a velocidade, acessibilidade e intensidade da informação acedida online. A rapidez do modo de absorção de qualquer fármaco é diretamente proporcional ao potencial viciante da droga. Por outras palavras, pode ser que a relativa rapidez e acessibilidade à internet seja, em parte, a característica que aloca o seu potencial aditivo. Se esta lógica se concretizar, podemos esperar níveis muito mais elevados de adição à medida que o acesso e a velocidade de acesso aumenta (Greenfield,1999). Isto e, a simplicidade no acesso torna-nos escravizados pela necessidade de estar *on*.

Os comportamentos de adição da internet traduzem-se também na experiência de intimidade acelerada, facilidade e disponibilidade de acesso, anonimato, desinibição, perda de limites e potência (estimulação) do conteúdo. As experiências parecem ter semelhanças com outras experiências que são conhecidas por produzir comportamentos compulsivos, e não são de forma alguma únicas na internet. Curiosamente, porém, apesar de uma clara maioria dos participantes na investigação serem homens, os efeitos da internet são claramente iguais em ambos os sexos (Greenfield,1999).

No uso descontrolado da internet e das redes sociais a dopamina é o neurotransmissor que está associado ao prazer. Tal como as drogas, álcool, jogos de azar, sexo, comida e até mesmo o exercício físico implicam mudanças nesse neurotransmissor. Tornamo-nos dependentes do intermitente e imprevisível fluxo de dopamina que passa a ser classicamente associado à substância ou comportamento que utilizamos. Este é o enquadramento para a internet. Relativamente ao abuso ou dependência de substâncias ou álcool existem outros fatores, entre eles a intoxicação fisiológica, tolerância e abstinência, compatíveis com o que se denomina de dependência física. Uma vez que o abuso de drogas ou álcool

implica diretamente com resultados fisicamente prejudiciais. A internet agrega algumas destas características e apresenta alguns aspetos inovadores. No caso da dependência de internet podemos observar aspetos de tolerância e abstinência com concomitante desconforto físico (principalmente na forma de sintomas semelhantes aos de ansiedade ou irritabilidade elevada) quando os pacientes interrompem ou alteram seus padrões de uso. Vários pacientes referem os sintomas de abstinência quando descontinuam ou diminuem o uso de internet e de outras tecnologias de redes sociais; frequentemente, estes sintomas e reações são confirmados por membros próximos da família e amigos (Greenfield, 2011).

Um trabalho de investigação desenvolvido nos EUA, por Li, O'Brien, Snyder & Howard (2015), conclui que os estudantes reconheceram que era difícil calcular com precisão o tempo total que passavam na internet por dia, porque planos de dados ilimitados em dispositivos móveis (por exemplo, telemóveis e tablets) significam que a internet está constantemente disponível. No entanto, os estudantes foram ainda capazes de se autoanalisar de forma consistente e precisa em ambas as medidas qualitativas e padronizadas, validando resultados qualitativos e quantitativos. Muitos estudantes afirmaram não poder diferenciar com precisão a quantidade de tempo gasto na internet para fins escolares ou relacionados com o trabalho, para fins não escolares/laborais. Os resultados desta investigação demonstraram que as emoções negativas (por exemplo, humor depressivo, tristeza e raiva), tédio e stress associados às obrigações sociais e laborais eram gatilhos emocionais e situacionais comuns para muitos estudantes se envolverem no uso intensivo da internet. A utilização da internet como estratégia de resolução de estados psicológicos negativos pode também perpetuar estes estados a longo prazo. A investigação sugere que o uso da internet como mecanismo de compensação pode ser semelhante à automedicação, álcool e outras drogas psicoativas. O problema da utilização da internet é um mecanismo paliativo de lidar com estados afetivos negativos e problemas mentais. Para os estudantes deste estudo, os estados emocionais negativos resultantes do uso paliativo da internet estavam relacionados com a raiva e a frustração (Li, O'Brien, Snyder & Howard, 2015).

As razões para a frustração variaram (por exemplo, sentir-se culpado por passar longo e improdutivo tempo na internet, revoltada com o comportamento

de outras pessoas na internet); no entanto, os estudantes relataram que o uso intensivo da internet contribuiu e exacerbou estados emocionais negativos. Muitos estudantes tinham o desejo imediato de se dedicarem a diferentes atividades na internet (por exemplo, navegar em sites de redes sociais) quando se sentiam aborrecidos, especialmente quando a internet (por exemplo, computadores portáteis e dispositivos móveis com acesso à Internet) estava prontamente disponível. Os jovens mais impulsivos estão em risco elevado de comportamentos aditivos; assim, é intrigante que muitos estudantes neste estudo relataram o uso da internet como um meio primário para lidar com o tédio. Estudos em contextos internacionais descobriram que os jovens partilhavam traços genéticos e temperamentais semelhantes a indivíduos que sofrem de distúrbios de uso de substâncias e perturbações do comportamento, incluindo impulsividade e procura de novas sensações (Li, O'Brien, Snyder & Howard, 2015).

No que diz respeito aos hábitos de uso dos meios digitais, um estudo de Cruz, Scatena, Andrade & Di Micheli (2018), realizado em São Paulo (Brasil), mostrou que mais de metade dos adolescentes referiram usar meios tecnológicos (smartphones ou tablets) durante as refeições, enquanto cerca de 30% utilizavam esses meios de comunicação quando estavam na casa de banho e 90% relataram que se mantinham ligados à rede e comunicam com amigos mesmo que estivessem na sua presença. Estas descobertas podem indicar dificuldades no controlo de impulsos. Também neste estudo, 82% dos adolescentes de escolas privadas e 60% dos adolescentes de escolas públicas afirmaram não ter limites de uso impostos pelos pais/encarregados de segurança. As mensagens de texto através do telemóvel tornaram-se o modo favorito de comunicação entre os jovens, especialmente entre os adolescentes. Concluiu-se, também, que 90% dos alunos utilizaram alguns meios digitais na presença de amigos, o que demonstra uma forma de socialização e interação que tem vindo a desenvolver-se entre os alunos e os seus pares. Esta geração está intimamente associada à tecnologia e, por isso, a comunicação física tornou-se descartável. Uma das vantagens da comunicação virtual é a disponibilidade de tempo para escrever e editar o que se quer comunicar e enviar a mensagem a qualquer momento. Conclui a equipa de investigação que, embora o mundo virtual proporcione um maior controlo sobre as situações e conduza a uma sensação de conforto e

segurança para o sujeito, compromete a identificação das subtilezas observadas apenas em relações presenciais (comunicação não verbal, expressões faciais e gestos corporais) e, assim, prejudica as competências sociais no seu conjunto (Cruz, Scatena, Andrade & Di Micheli, 2018).

A transformação nos comportamentos que a utilização dos ecrãs está a incutir nas várias gerações, com maior enfoque nos nativos digitais, coloca-nos perante uma diversidade de desafios para identificar os critérios para compreender a dependência digital.

Para se verificar o abuso ou dependência de internet ou de redes sociais há, segundo Greenfield (2011), um conjunto de critérios que se devem verificar:

1. Um comportamento que produz intoxicação/prazer (com a intenção de alterar o humor e a consciência);
2. Um padrão de uso excessivo;
3. Um impacto negativo ou prejudicial em uma esfera importante da vida;
4. A presença de aspetos de tolerância e abstinência.

No diagnóstico da dependência da internet e das redes sociais existe uma relação entre o estado de tolerância e a abstinência em que, este último, implica desconforto e excitação quando privados do uso.

> O ponto principal do padrão *dependente* ou *compulsivo* envolveria não apenas a presença de tolerância (exigindo mais tempo de conexão, graus maiores ou variados de conteúdo estimulante, ou uso mais frequente), como também a presença de alguma forma de padrão de abstinência. Esse padrão de abstinência envolve um estado de maior excitação e desconforto psicológico e fisiológico quando separado de internet. Esses comportamentos foram constatados tanto por observação objetiva quanto pelo relato subjetivo de muitos pacientes (Greenfield, 2011, p.171).

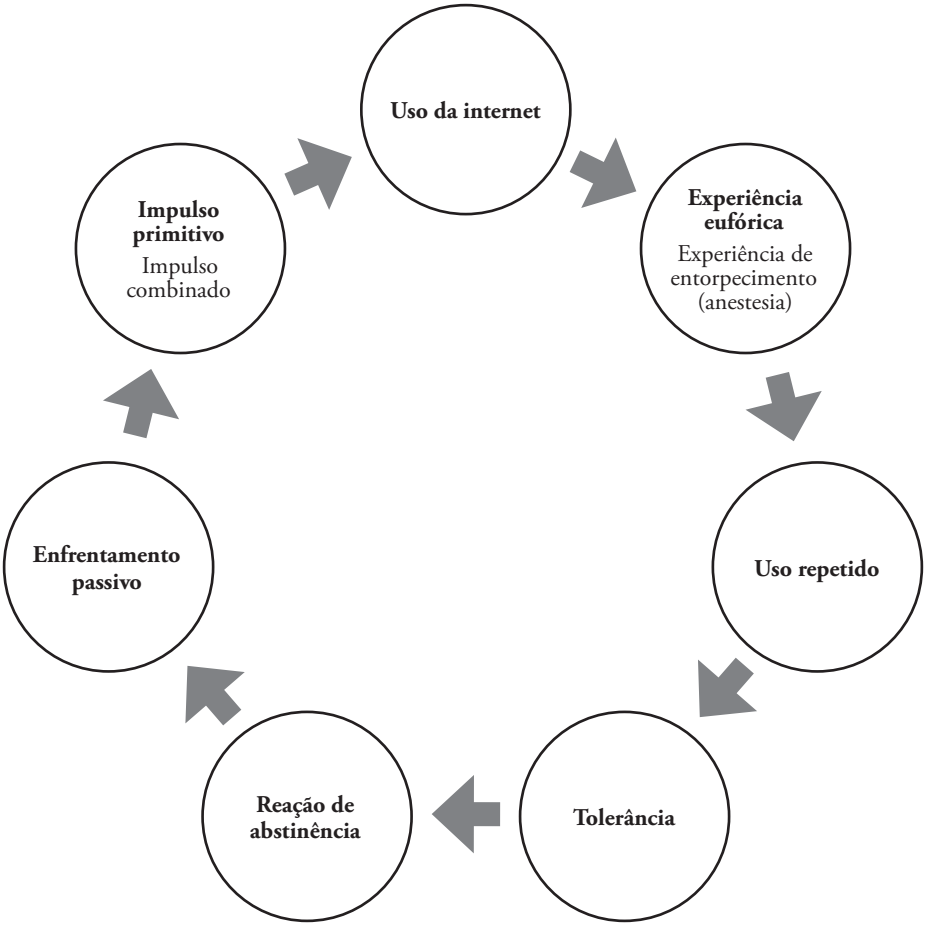
A dependência da internet e das redes sociais apesar de não causar lesões estruturais, os principais efeitos negativos residem nos desequilíbrios provocados pelo tempo excessivo aplicado no seu uso/consumo e na forma descontrolada que se manifesta na dificuldade em desligar.

Segundo Kardefelt-Winther (2014) a abordagem psicológica sobre a dependência na utilização da internet, na maioria dos estudos, coloca o foco nas vulnerabilidades psicossociais e resultados do uso problemático. Uma conclusão típica da investigação empírica que utiliza este modelo é: *"Os utilizadores de internet com ansiedade social e solidão estão em risco de negligenciar o trabalho escolar e de ter conflitos com os pais devido ao seu envolvimento com a internet" (p.253).* Kardefelt-Winther sugere a inclusão de dois elementos adicionais: a atividade online e as suas acessibilidades e, as motivações para estar online. Utilizando este modelo, os investigadores poderão descrever a situação observada com maior detalhe: *"um jogador de World of Warcraft* (a) *que quer socializar* (b) *e conversar* (b) *com outros intervenientes, e é rico em ansiedade social* (1), *pode estar em risco acrescido de negligenciar o trabalho escolar* (2) *e de ter conflitos com os pais devido ao seu envolvimento com a internet* (2)*" (2014, p.253).* Explica o autor que daqui provém uma explicação para o uso excessivo e resultados negativos sem enquadrar o comportamento como patológico. Permite que os investigadores compreendam porque o utilizador está a usar a internet e interpretar os resultados problemáticos no contexto das motivações para estar online e o contexto real da vida do utilizador. Explorar motivações em conjunto com o bem-estar psicossocial permite-nos elaborar o *porquê de* alguém permanecer online, contextualizando a motivação para o uso excessivo na presença de problemas psicossociais. Isto permite discutir se a utilização da internet pode ser benéfica e compreensível como uma estratégia eficaz de resolução, apesar da ocorrência de resultados problemáticos (Kardefelt-Winther, 2014).

Li Ying (2005), diretor do Instituto de Desenvolvimento Psicológico do *China Youth Association for Network Development* (CYAND), desenvolveu um modelo neuropsicológico de encadeamento para explicar o comportamento virtual dependente. Neste modelo, é necessário a existência de pré-requisitos, ou seja, a internet tem de prejudicar a vida social e a comunicação interpessoal do internauta. Posteriormente, a existência de uma de três condições permite considerar o individuo como dependente de internet: (I) a autorrealização é mais fácil na vida online do que presencial; (II) sente-se irritado quando a internet falha; e (III) tenta esconder a quantidade de tempo em que passa a utilizar a internet. O modelo do CYAND (Figura 1) procura aclarar as causas

do comportamento virtual dependente de acordo com a proposta de Young, Yue & Ying (2010).

Figura 1 – Modelo neuropsicológico de encadeamento da dependência de internet



Fonte: Young, Yue & Ying (2010, p.26)

O impulso inicial sustenta-se na obtenção de prazer e na construção de estratégias para evitar a dor e o sofrimento. A experiência eufórica materializa-se num sentimento de felicidade que aumenta com o uso contínuo da internet. A relação de dependência e de euforia tornam-se constantes (uso repetido). Ao cair na tolerância o indivíduo diminui ou interrompe a utilização.

Esta abstinência provoca irritabilidade, instabilidade emocional, insónias e frustrações. A reação à abstinência culmina num impulso primitivo de utilizador, potenciado a partir de um efeito avalanche. O quadro seguinte explica cada um destes conceitos (Quadro 1).

Quadro 1 – Explicação da cadeia neuropsicológica da dependência de internet

Conceito principal	Explicação específica
Impulso primitivo	O instinto do indivíduo de procurar prazer e evitar a dor, que é representativo de vários motivos e impulsos de usar a internet
Experiência eufórica	As atividades virtuais estimulam o sistema nervoso central do indivíduo, que se sente feliz e satisfeito. O sentimento impulsionará a pessoa a usar continuamente a internet e prolongar a euforia. Depois de estabelecida a dependência, a experiência eufórica logo se transforma em hábito e em estado de entorpecimento.
Tolerância	Devido ao uso repetido de internet, o limiar sensorial do indivíduo diminui; a fim de atingir a mesma experiência de felicidade, o utilizador precisa aumentar o tempo e o apego à internet. A tolerância de nível elevado é o trampolim para a dependência de internet e o resultado do reforço da experiência eufórica referente à internet.
Reação de abstinência	As síndromes física e psicológica acontecem quando o indivíduo interrompe ou diminui o uso de internet, e incluem principalmente disforia, insonia, instabilidade emocional, irritabilidade, e assim por diante.
Enfrentamento passivo	Quando o indivíduo se confronta com frustrações ou sofre efeitos prejudiciais do mundo exterior, surgem comportamentos passivos de acomodação ao ambiente, comportamentos que incluem imputação adversa de eventos, falsificação de cognições, supressão, escape e agressão.

Fonte: adaptado de Young, Yue & Ying (2010, p.27)

Do instinto primitivo ao efeito avalanche verifica-se um padrão de utilização descontrolada da internet, desenvolvendo no utilizador um conjunto de sintomas que excedem a consciência do utilizador. Santos (2017) alerta para o uso desenfreado da tecnologia e da internet e elenca um conjunto de sintomas que devem causar preocupação para quem releva um comportamento abusivo ou dependente no uso da tecnologia e não tem consciência do seu estado, nomeadamente:

- Nomofobia – sensação que algumas pessoas têm quando ficam sem telemóvel estão longe dele.
- Síndrome do toque fantasma – é a sensação de sentir o telemóvel a vibrar no bolso das calças ou na mochila, sem que haja nenhuma chamada.
- Náuseas Digital – é a sensação que algumas pessoas possuem ao interagirem com ambientes digitais, provocando desorientação ou vertigem.
- Transtorno de dependência da internet – acontece quando se possui uma vontade compulsiva em aceder à internet, mesmo que não se saiba exatamente o que fazer lá.
- Depressão de Facebook – verifica-se em função das interações sociais dentro da rede ou a falta dessas relações.
- Dependência de jogos online – é a compulsão por jogos online.
- Hipocondria digital – a pessoa que tem alguns sintomas pensa que está com a doença sobre a qual leu na internet.
- Efeito Google – é a tendência que afeta o cérebro humano em reter menos informações, pois sabe que as respostas estão ao alcance de alguns cliques.

Estes comportamentos abusivos são a consequência da atratividade do mundo digital, cujas causas estão ancoradas numa diversidade de fatores. Greenfield (2011) explica que há cinco fatores que tornam o mundo digital atrativo:

1. Fatores de conteúdo
2. Fatores de processo e acesso/disponibilidade
3. Fatores de reforço/recompensa
4. Fatores sociais
5. Fatores da Gen-D

Os fatores de conteúdo estão associados à superabundância de conteúdos estimulantes e aditivos que circulam na internet. São conteúdos que disponibilizam prazer como, por exemplo, jogos, apostas, compras e sexo e que, quando a consumidos de forma excessiva, implicam dependência. Se por um lado o conteúdo é a matéria-prima, por outro, a internet é a seringa.

O conteúdo é a matéria-prima psicológica que introduz o conteúdo no nosso sistema nervoso para que seja consumido. Nunca houve um *input* mais eficiente e direto na nossa mente e sistema nervoso do que a internet. A facilidade e mobilidade no acesso à internet está associada a uma lógica de conveniência e de liberdade de escolha. Esta é uma ilusão de oportunidade que alimenta um estilo de vida que se assemelha a uma felicidade paradoxal. Quanto mais escolhas temos, maior é o nosso stress (Greenfield, 2011).

Os fatores de processo e acesso/disponibilidade estão associados a um «poder sentir o próprio poder» que resulta da internet e experimentar fantasias e encenar uma pessoa totalmente inebriante. Por exemplo, os jogos na internet proporcionam interação social, competição em tempo real, desafios, realização, hierarquia social e conteúdo estimulante, tal como um nível de recompensas muito sofisticado. Grande parte do nosso padrão de uso de internet opera num nível subconsciente, bem abaixo da consciência. É esta utilização automatizada que suporta um grau significativo de distorção do tempo e dissociação (perda da perceção de nós mesmos) quando estamos online. Há três fatores que ajudam a explicar uma parte da variação da dependência de internet. O primeiro fator poderia ser incluído na ampla categoria dos fatores de *acesso/disponibilidade* (*availability*) ou de *processo a affordability* (poder arcar com os custos) e a *anonimidade.* O uso compulsivo da rede significa, essencialmente, funcionar num estado de consciência alterado. Além disso, a possibilidade de aceder a aspetos ocultos ou subconscientes da própria personalidade ou *persona* que normalmente não são acessíveis parece ter efeitos fortemente aditivos. A fantasia do fator de *conveniência*. A internet está disponível de forma quase ilimitada e livre 24 horas por dia, sete dias por semana (Greenfield, 2011).

A internet funciona, também, numa lógica de recompensas. É aqui que entram os fatores de reforço e recompensa. A internet funciona num esquema de reforço de razão variável (ERRV). Todos os aspetos da informação pesquisados/procurados e encontrados na internet acontecem nesse ambiente de reforço de razão variável. A internet opera com um alto grau de imprevisibilidade e novidade, potenciando a sua atratividade. O fator de reforço/recompensa é o elemento que mais contribui para a natureza aditiva de internet e de outras tecnologias. A internet é aditiva, em parte, devido às suas propriedades psicoativas.

Os ganhos secundários decorrentes de um padrão habitual de prazer – aqui, a dependência de internet e uso compulsivo das redes sociais – são inerentes a qualquer sistema de reforço. O prazer de clicar e encontrar (recompensa) tornam a internet aditiva. Tal como as redes sociais e o correio eletrónico, os estímulos que resultam do *scroll* e da consulta são, por si só, potenciadores de adição (Greenfield, 2011).

Pode parecer paradoxal, mas a rede que nos liga é a mesma que nos afasta. Os fatores sociais estão associados a esta dicotomia. A internet que nos liga é a mesma que nos isola socialmente. É a primeira vez na história da humanidade que a possibilidade de nos expressarmos está na disponibilidade de acesso à internet. Somos, para além de consumidores de conteúdo, produtores de conteúdo numa imensidão de aplicações, isto é, um mundo de oportunidades digitais (Greenfield, 2011).

Os nativos digitais são a Geração-D. As crianças e os adolescentes foram criados com a internet e a tecnologia digital. Eles são a *Generation-Digital* ou *Gen-D.* Estão extremamente familiarizados com o computador, a internet e muitos outros equipamentos digitais, e geralmente sentem-se mais à vontade e confiantes no manuseamento dessa tecnologia do que os pais. Divergindo do mais comum: serem os pais a transmitirem conhecimentos e experiência para a geração mais jovem. Aqui temos exatamente o oposto. A internet funciona, para as crianças da nossa *Gen-D*, de maneira fácil. Bastantes vezes, os pais têm poucos conhecimentos do que está a acontecer ou de como funciona o ecossistema digital, e não percebem o nível de atividade ou abuso. Os pais não sabem o que é normal ou razoável, e simultaneamente não querem que os filhos fiquem para trás na curva de desenvolvimento digital. Essa falta de conhecimento e de poder tecnológico contribui ainda mais para a escalada de um possível abuso e dependência dessas tecnologias (Greenfield, 2011).

Kimberly Young (2022) considera que é correto afirmar que as pessoas passam demasiado tempo nas redes sociais e podem, no mínimo, descrever-se como "obcecadas", e dependentes. Nos últimos anos, a comunidade de saúde mental tem-se interessado cada vez mais no impacto que a tecnologia moderna tem nas nossas vidas – tanto positiva como negativamente. Pelo lado positivo, tecnologias como o Skype, o Instagram e o Facebook permitem-nos manter

o contacto com a família e amigos do outro lado do planeta. No entanto, infelizmente, as pessoas passam horas todos os dias a atualizar o seu estado, a enviar fotografias, a comentar murais, a jogar no Facebook, a ler atualizações de outros e a procurar novos amigos para adicionar.

Para explicar a dependência de redes sociais, Young (2022) apresenta o exemplo das "Mães do Facebook". São mulheres que negligenciam outras responsabilidades importantes, compromissos ou, simplesmente, estar com os seus filhos para estarem no Facebook. Na sua investigação, Young (2022) descobriu cinco sinais-chave de "*Media Addiction*" que demonstram comportamento obsessivo ou compulsivo na utilização do Facebook:

> 1. Passa-se muito tempo a pensar no Facebook ou a planear como usá-lo. Sente uma preocupação em usar o Facebook ou a necessidade imediata de partilhar. Isto pode resultar em partilha excessiva. Numa era da privacidade, a partilha excessiva resulta em dizer demasiado e depois de lamentar o que dissemos. Aqueles que sofrem de dependência nem sempre julgam o que é apropriado ou inadequado publicar devido à sua preocupação com a verificação e resposta, o que leva a um envolvimento constante na atividade.
>
> 2. Sente-se uma vontade de usar cada vez mais o Facebook. Isto significa verificar quaisquer atualizações no seu *Feed* de Notícias ou respostas às suas publicações sempre que não souber o que fazer. Por outras palavras, a escolha padrão para a sua atividade de tempo livre é estar no Facebook. Pode deixar o seu Facebook aberto em segundo plano, alternar entre trabalho a cada poucos minutos. Mesmo quando está a desfrutar de uma bebida com um amigo, inicia sessão na aplicação do Facebook no seu smartphone de vez em quando durante breves momentos de não-interações.
>
> 3. Usa o Facebook para esquecer os problemas pessoais. Um aspeto da dependência é a capacidade de usar o comportamento como uma fuga psicológica dos problemas. Uma pessoa pode ter problemas de trabalho ou relacionamento e a adição torna-se uma forma conveniente de acalmar temporariamente o stress subjacente criado pelo problema. Ao usar o Facebook como uma adição, o utilizador distrai-se no que quer que esteja a fazer e tem dificuldade em estar totalmente presente neste momento.

Os dependentes, podem demorar um tempo significativamente mais longo para completar tarefas simples ou talvez alguns dos seus amigos possam queixar-se que não prestam atenção suficiente ao que dizem. O uso do Facebook torna-se então uma distração dos problemas porque a atenção de alguém é sempre desviada com a sua utilização.

4. Ficam inquietos e perturbados se forem proibidos de utilizar o Facebook. Sabemos que quando existe adição, se houver privação existem reações de abstinência. Acontece assim com a retirada de drogas e álcool, mas também no Jogo Patológico e no uso do Facebook. Perante a retirada do comportamento aditivo são identificados comportamentos ou reações de privação. Quando falamos de dependência do Facebook, o indivíduo pode começar a sentir-se ansioso por não conseguir aceder à sua rede. As pessoas que se sentem dependentes começam a ficar inquietas ou a sentir-se deprimidas quando são obrigadas a ir para locais sem acesso ao Facebook.

Talvez esteja em algum lugar sem serviço de telemóvel, 5. Usa tanto o Facebook que teve um impacto negativo nas suas relações. À medida que se habitua a comunicar no Facebook através de mensagens, partilhando fotos e publicações, comentando e 'gostando' de outras pessoas, pode chegar a um ponto em que se sente mais confortável a socializar online do que offline. Torna-se demasiado dependente do Facebook para satisfazer as suas necessidades sociais e pode começar a sacrificar o tempo gasto em encontros reais para um café com os seus amigos. O comportamento torna-se doentio de tal forma que se torna desconfortável ou com medo com a comunicação presencial, que é uma experiência muito mais rica do que comunicar online, onde não se pode realmente ver a comunicação não-verbal como na linguagem corporal, gestos e tons de voz.

Em suma, o "consumo" descontrolado da oferta digital, internet e redes sociais, pode contribuir para um estado de alienação social, desenvolvendo um padrão de comportamento cujas relações online se constituem como a zona de conforto. Como a vida na internet e nas redes sociais está em constante movimento, alimenta-se uma necessidade de acompanhar ao máximo o fluir dessa vida, resultando em momentos de prazer e de descontrolo no tempo de utilização.

2.1 A internet enquanto doença psicológica

Tal como já referimos, o problema não está, nem nunca esteve, na existência da internet. O uso descontrolado a que Griffiths (1995) denomina de "dependência tecnológica" materializa-se numa adição comportamental, que implica situações de isolamento, mudança de humor, tolerância e recaída. Nos seus trabalhos, Young (1998) caracteriza a adição à internet como uma perturbação do controlo dos impulsos que não envolve uma substância tóxica.

O comportamento aditivo e repetitivo de "estar online" está a alastrar-se em todos os países desenvolvidos. Está a difundir-se por todo o mundo de uma forma que nos deve preocupar. Não pela sua utilização no quotidiano, mas sim quando esta utilização ultrapassa a barreira do equilíbrio. A desestabilização do equilíbrio justifica-se pela generalização dos smartphones, aliada à crescente massificação e popularidade dos sites de redes sociais (Fialho, 2023).

O comportamento aditivo do uso da internet, no qual incluímos também a utilização das redes sociais, pode traduzir-se numa incapacidade dos indivíduos para controlarem a utilização, o que causa dificuldades psicológicas, sociais, escolares e/ou laborais.

> A dependência pelo uso excessivo da internet caracteriza-se como uma inabilidade que o sujeito possui para reprimir e controlar impulsos pela conectividade, provocando desconforto e sentimento de culpa. Tais comportamentos compulsivos podem gerar, inicialmente, um alívio de tensão perante a ansiedade, a depressão, a falta de habilidade social em comunicação face a face. Porém, trazem efeitos significativos sobre o estado psicológico e fisiológico, como alterações do ciclo vigília/sono, problemas relacionados às relações interpessoais, profissionais, sexuais entre outras (Azevedo et. al., 2016, p.2).

Trata-se de um distúrbio comportamental que leva o indivíduo a alienar-se das suas responsabilidades pessoais, familiares e profissionais, desenvolvendo um conjunto de alterações no seu estado emocional, como explica Alves (2014).

> A Dependência da Internet é um distúrbio comportamental que leva o indivíduo a passar para segundo plano todas as suas responsabilidades pessoais,

> familiares, sociais e profissionais. Caracteriza-se por ser uma dependência psicológica. É uma patologia grave, que pode condicionar de forma traumática e violenta a vida de milhares de seres humanos e das respetivas famílias. Inclui componentes como a preocupação excessiva com a internet, alterações do humor, sintomas de abstinência, stress, mentiras acerca do tempo *online*, conflitos e recaídas, como qualquer outra adição (Alves, 2014, p. 4).

O comportamento aditivo do uso da internet, possui semelhanças com o desajustamento de controlo de impulsos, que não envolve o uso de drogas intoxicantes, e é muito semelhante ao jogo patológico (Young, 2006). É definido como um comportamento aditivo/hábito não químico ou comportamental que envolve interação homem-máquina, que pode ser passivo, como ver filmes, ou ativo, como jogar jogos de computador. O comportamento aditivo da internet pode também ser considerado como uma utilização desajustada da internet que provoca, diferentes níveis, de dificuldades sociais e funcionais nos utilizadores.

O conceito de comportamento aditivo na utilização da internet não é novo. Surgiu muito antes da massificação dos smartphones e das redes sociais. O conceito de comportamento aditivo na internet foi originalmente proposto satiricamente por Ivan Goldberg, em 1995, num fórum de discussão de psiquiatras. Um ano depois, Young (1996) sugeriu considerar o uso aditivo da internet como uma nova patologia clínica. Young (1996) desenvolveu um conjunto de critérios para medir o jogo patológico no DSM-IV. Através de um teste de 20 perguntas procura medir como a relação com a rede (*online*) afeta a vida social dos indivíduos. Todavia, apesar da DSM-V considerar o jogo online como um problema de saúde mental, ainda não há consensos sobre a utilização patológica da internet e das redes sociais e a sua classificação como problema de saúde mental, e que nos remete, ainda que de modo sucinto, para outras reflexões.

No estado primário, o ser humano nasce em total dependência do meio, e que é dessa condição que parte à conquista da sua autonomia. Sendo que, a sua conquista de autonomia acontece enquanto cresce e se constrói plenamente como ser humano, num complexo amadurecimento físico/fisiológico, psíquico, cognitivo e social (Caraça, 2021), através do qual vai adquirindo uma diversidade

de comportamentos repetitivos, os quais se configuram como rotinas na vida quotidiana e, em alguns casos, a repetição entra numa escalada de desequilíbrio.

Contudo, muito embora os comportamentos repetitivos, possam por vezes ser referidos como adições de comportamento, precisam ainda de continuar a ser enriquecidas as evidências dos critérios de diagnóstico e descrição, que possam suportar e ajudar na identificação tais comportamentos como perturbações mentais (DSM-V).

De facto, os efeitos e comportamentos nocivos, são muito idênticos aos comportamentos estudados noutras dependências, em todas as perspetivas biopsicossociais, onde o primeiro sinal de alerta é a incapacidade de controlar o uso. Obrigando o indivíduo a longos períodos de ligação à internet e equipamentos, induzindo-o a um uso exagerado da internet, ocupando um papel central na vida do dependente, que geralmente se isola, se descuida de si, dos relacionamentos e tarefas quotidianas. Uma vez cativado pelo circuito, produzem-se alterações ao nível das competências humanas da concentração, da memória de curto e de longo prazo (Pereira, 2018).

Alguns autores já associaram o uso excessivo da internet à população mais jovem, com mais competências digitais, apontando os danos e perdas biopsicossociais que os afetam (Pirocca, 2012). Por sua vez, como anteriormente referido, a ativação direta dos comportamentos repetitivos parece perturbar o sistema de recompensa do cérebro – envolvido no reforço de comportamentos e na produção de memórias. Todavia, a dependência de internet é hoje um fenómeno social mais complexo. O estar online não implica apenas jogo, mas também sites de redes sociais, cibersexo, encontros, jogos e uma multiplicidade de ofertas que este "novo" mundo nos oferece. Trata-se de uma facilidade de acesso que nos coloca cada vez mais dependentes, a todos, de uma forma ou de outra da vida digital.

Estar online de forma desequilibrada pode provocar alterações no comportamento, entre elas o estado de humor.

A alteração do estado de humor é um dos principais sintomas que indica que o indivíduo se encontra em situação de dependência.

> A questão do diagnóstico da dependência de internet é muito mais simples quando percebemos que há alteração do humor e da consciência com o

> uso ou abuso de internet e de outras tecnologias de mídia digital. Essa mudança de humor prazeroso aumenta a probabilidade de uso e abuso. O nexo de um ciclo de comportamento de dependência é que ações que dão prazer são seguidas pela intoxicação (dopamina elevada). Essa elevação da dopamina é então seguida por um padrão de dependência, que traz consequências negativas para a vida (incluindo vergonha e culpa); esse padrão de consequências aumenta o desejo de alterar o humor e a consciência em busca de um amortecimento psíquico, uma automedicação, facilitando assim o uso e abuso posteriores (Greenfield, 2011, p.171).

A alteração do estado de humor, como referido anteriormente, é uma consequência da dependência de internet. Porém, a mera utilização de internet não pode ser considerada um problema de dependência e o uso quotidiano para rotinas pessoais e profissionais também não deve ser considerado um comportamento de risco. O processo de dependência obedece a um encadeamento de fases.

Young (2001) explica que o processo de dependência de internet se desenvolve em cinco fases:

- Descoberta;
- Experimentação;
- Escalada;
- Compulsão;
- Desesperança.

A internet aproxima pessoas e organizações, pelos seus aspetos positivos como a realização de pesquisas, realização de transações comerciais, diferentes formas de comunicação e acesso à informação e conhecimento. Todavia, apresenta, também, um conjunto de comportamentos aditivos que lhe conferem um lado negativo. Young (1998) caracteriza a adição na internet em cinco subtipos:

- *Cyber-sexual addiction* (utilização de salas de chat para adultos;
- *Cyber-relationship addiction* (sobre o envolvimento na relação online);
- Compulsão pela internet (jogo online, compras online, comércio online);

- Sobrecarga de informação (*web surfing* ou pesquisas compulsivas);
- Adição por computador (jogo de computador obsessivo).

Estes subtipos de dependência foram alvo de um reajustamento (Young, 2016), e configuram-se com a seguinte configuração:

- *Screen Addiction* – adição pelos vários aparelhos tecnológicos (computador, telemóveis *smartphones*, *iPad's*, *tablet's*);
- *Sexting and Porn Addiction* – cibersexo, pornografia; trocas de mensagens com o intento sexual; exposição a ambientes de risco como a ciber-pedofilia;
- *Internet Infidelity* – relacionamentos virtuais que em muitos casos se transformam em encontros presenciais e envolvimento com o outro utilizador – desencadeando infidelidade e traição;
- *Internet Gambling* – participar em jogos da fortuna ou azar *online* realizando apostas a dinheiro;
- *Internet Gaming Disorder* – adição associada a videojogos em rede na Internet;
- *Social Media Addiction* – adição às diversas redes sociais;
- *Information Overload* – excesso de pesquisa de informação, não investigando as mais verdadeiras e fidedignas.

Para Young (2009) quando três ou mais dos subtipos de dependência da internet mencionados acima são verificados num determinado utilizador, isso pressupõe que o indivíduo denota um comportamento patológico em relação à ferramenta e a relação com a internet torna-se primordial na sua vida.

Os estudos sobre a dependência online focaram-se, no início, na generalização da internet, no fenómeno do jogo online. Rossé (2012) apresenta três fatores relacionados com a personalidade do jovem jogador para potenciais comportamentos aditivos cibernéticos:

1. O processo de individualidade e separação/autonomia do mundo dos pais necessário para que os jovens construam a sua própria identidade;

2. Recorrer à fuga para os videojogos em vez de enfrentar os conflitos e a comunicação com os pais;
3. Utilização de videojogos em resposta ao colapso da autoimagem.

De acordo com Rossé (2012), os fatores que explicam o potencial aditivo cibernético também incluem:

- *Infiniteness* (infinidade): não há fim para os jogos; realiza-se 24 horas por dia e 7 dias por semana e é, portanto, acessível dia e noite. Quando um jogador está inativo, outros jogadores continuam a jogar;
- Certeza: quando se executa a ação certa a recompensa é imediata;
- Imersão: os mundos mágicos e estéticos contribuem para uma atração visual significante;
- A importância da comunidade e da interdependência dos jogadores: porque os jogadores não revelam a sua verdadeira identidade e personalidade, e a reação social na esfera pública é posta de lado. Este mundo social organizado em torno do anonimato pode incentivá-los a ficarem "viciados" na rede social virtual.

Ainda que os estudos sobre o jogo online sejam anteriores à generalização do uso das redes sociais há, indiscutivelmente, elementos que são transversais a toda a prática de utilização da internet.

De acordo com Hofmann, Schmeichel et al. (2012), citados por Suissa (2015), a dependência nas redes sociais é mais difícil para tratar do que as dependências de álcool ou cigarros, precisamente porque este tipo de desejo é mais difícil de resistir, tendo em conta a sua maior disponibilidade e menor custo. Uma tese de doutoramento de um psiquiatra francês tenta responder à questão de porque as pessoas estão tão apaixonadas pelo Facebook (Couderc, 2012). Os resultados revelaram que os jovens com evidências de comportamentos aditivos passavam três vezes mais tempo no Facebook do que o utilizador médio: 191 minutos por dia. A intensa necessidade de se conectar e o adiamento de obrigações – trabalho, deveres administrativos ou domésticos – garantem que o investimento monomaníaco e exclusivo no Facebook supera outras fontes de interesse e prazer (transtorno de ansiedade nas redes sociais ou SMAD) (Suissa, 2015).

Segundo (Suissa, 2015) comportamentos com padrões aditivos de utilização do Facebook (e das restantes redes sociais) podem descrever-se da seguinte forma: quando as pessoas têm medo de desligar-se do Facebook porque acham que vão perder algo importante. Nestas situações, o sentimento de medo funciona como um indicador de que a pessoa está dependente da rede social. Por esta razão, alguns utilizadores das redes sociais desenvolvem uma relação abusiva com as ligações do Facebook. Algo que se destinava a facilitar os laços sociais, em alguns casos, culminando no resultado oposto: o aumento do isolamento dos laços sociais reais.

- Somos cada vez mais tratados como indivíduos e não como membros de grupos, uma predominância de Eu sobre o Nós;
- O individualismo não se relaciona apenas com o indivíduo, mas é principalmente uma realidade social e ideologia coletiva como norma social;
- Quanto mais se usa o Facebook, mais se torna uma extensão de si mesmo e nos coloca cada vez mais isolados (Suissa, 2015).

Um estudo desenvolvido por O'Keeffe & Clarke-Pearson (2011) identificou outros riscos a observar para o potencial aditivo cibernético:

- *Online bullying*: Este fenómeno pode desencadear comportamentos de alto risco, incluindo suicídio, depressão, ansiedade, isolamento social e angústia;
- *Sexting*: Cerca de 20% dos jovens enviam e recebem imagens sexuais, fotos e mensagens que muitas vezes são explícitas;
- Depressão no Facebook: Abuso no Facebook pode produzir sintomas clássicos de depressão;
- Privacidade: Informações falsas reveladas sobre os jovens podem pôr em risco a sua privacidade (pegada digital) e a sua reputação futura (Suissa, 2015).

As atividades desenvolvidas na internet e nas redes sociais também têm um lado positivo na insistência, como, por exemplo: (Suissa, 2015):

1. A oportunidade de envolvimento e voluntariado comunitário, angariação de fundos, grupos de assistência mútua, demonstrações;

2. Mais partilha de ideias e circulação de informação com blogs, vídeos, jogos online;
3. Expansão dos contactos para horizontes e redes de toda a gente, partilhando os seus interesses com um grupo mais diversificado de pessoas, culturas e países;
4. Socialização e comunicação com amigos e familiares;
5. Oportunidades de aprendizagem acrescidas: projetos de trabalho em grupo ou trabalhos de casa. Utilização em escolas de blogs como ferramentas de ensino.

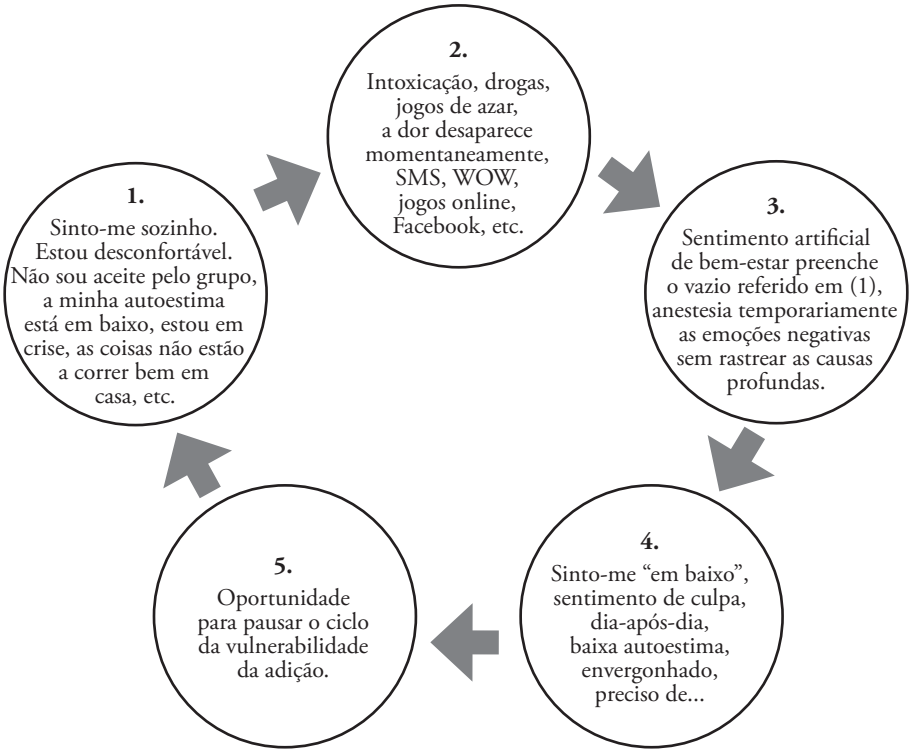
Aplicada a potenciais comportamentos aditivos cibernéticos, a abordagem psicossocial pode ajudar-nos a compreender melhor o fenómeno, incluindo não só o indivíduo, mas também o contexto social e a reação social ao ato de ciberdependência. É importante salientar que o ato de utilização da internet ou do jogo online não constitui um problema em si; pelo contrário, é a relação abusiva com estas atividades em detrimento de outras fontes de interesse que cria um ciclo de comportamentos problemáticos. Por outras palavras, é crucial distinguir entre uso e abuso, a fim de identificar as condições mais propícias para a construção psicossocial do problema (Suissa, 2015).

Embora sejamos todos candidatos ao desenvolvimento de adição cibernética, apenas as pessoas que passam por todas estas fases têm o potencial de se tornarem dependentes. Quando examinamos este ciclo, vemos que:

- Fase 1 é caracterizada por alta vulnerabilidade, sentimentos negativos e baixa autoestima.
- Fase 2 mostra como, perante as adversidades e problemas, gerindo emoções e desespero, o indivíduo decide "anestesiar" as suas emoções recorrendo às redes sociais, jogos online ou substâncias psicotrópicas.
- Esta "intoxicação" permite a criação na fase 3 de uma sensação momentânea de bem-estar e alívio temporário da dor.
- Na fase 4, a pessoa é novamente confrontada com a realidade (na manhã seguinte à noite anterior) e os sentimentos fundamentais da fase 1, nomeadamente mal-estar, culpa e baixa autoestima.

De acordo com observações clínicas, a maioria das pessoas pede ajuda nesta fase e não na fase de intoxicação (2) ou de bem-estar (3). A fase 5 constitui a oportunidade de quebrar ou continuar o ciclo (Suissa, 2015). A figura seguinte explica o ciclo da adição.

Figura 2 – Ciclo da adição



Fonte: adaptado de Suissa (2015)

A dependência digital apresenta duas características: a ansiedade e a inaptidão social. Por um lado, a ansiedade materializa-se numa preocupação permanente e desmedida na qual o indivíduo considera que, não estando online, as suas interações são prejudicadas, ficando num estado de apreensão e medo que pode provocar alterações fisiológicas, irritabilidade, tensão muscular, fadiga e insónias. Por outro lado, a inaptidão social caracteriza-se pelo acentuar de dificuldades nas relações presenciais, com impacto na verbalização, nas emoções e no estabelecimento de vínculos presenciais. Com o passar do

tempo, o indivíduo passa a necessitar, cada vez mais, de tempo de ligação para poder alimentar essa necessidade.

> O aspeto principal do padrão dependente ou compulsivo envolve não apenas a presença de tolerância que vai exigindo cada vez mais tempo de ligação, graus cada vez maiores ou variados de conteúdo estimulante, ou uso mais frequente, como também a presença de uma forma de padrão de abstinência. Esse padrão de abstinência envolve um estado de maior irritabilidade e desconforto psicológico e fisiológico quando separado da Internet (Alves, 2014, p. 6).

O acesso descontrolado à internet está incluído no DMS-V Manual de Diagnóstico e Estatística de Transtorno Mentais (2014, p. 735) que classifica:

> Uso persistente e recorrente da internet para envolver-se em jogos, levando a prejuízo significativo ou sofrimento por cinco (ou mais) dos seguintes sintomas em um período de 12 meses: 1. Preocupação com jogos eletrónicos, tornando-se a atividade dominante na vida diária; 2. Sintomas de abstinência quando os jogos são retirados (irritabilidade, ansiedade ou tristeza, mas sem sinais físicos de abstinência farmacológica); 3. Necessidade de despender cada vez mais tempo jogando; 4. Tentativas frustradas de controlar a participação nos jogos; 5. Perda de interesse em antigos passatempos e entretenimentos; 6. Uso excessivo continuado de jogos pela internet, apesar do conhecimento dos problemas psicossociais; 7. Enganar a família, terapeutas ou outros quanto ao tempo despendido com os jogos; 8. Uso dos jogos para evitar ou aliviar o humor negativo; 9. Colocar em risco ou perder relacionamentos, emprego ou oportunidade educacional ou de carreira devido à participação em jogos pela internet (DSM-V, 2014, p. 735).

Alves (2014) apresenta um conjunto de fatores, físicos e psíquicos, que caracterizam o indivíduo que se encontra num estado de dependência da internet:

> Entre os sintomas físicos, estão incluídos a taquicardia, a secura da boca e alguns tremores.) A longo prazo, a maior frequência do dependente em manter-se *online* no computador provoca problemas como comprometimento

> da postura, dores musculares, lesões por esforço repetitivo (tendinite), obesidade devido a má alimentação e alterações na visão. Também pode surgir cansaço devido às madrugadas passadas *online*, assim como insónias. Do lado psíquico, a incapacidade de concentração, a agitação, a angústia por estar longe de um computador, estão entre os problemas apresentados. Todas estas características comprometem a pessoa em causa de diversas formas, originando baixo rendimento escolar ou profissional, perda do interesse pelas interações sociais arriscando a perda de uma relação significativa quer seja pessoal, profissional ou educacional. As pessoas ficam sem motivação para fazer algo que não seja utilizar a Internet, sendo a autoestima muito afetada. (Alves, 2014, p. 9).

Segundo Alves (2014) é possível perceber se um utilizador de internet apresenta características que permitem chegar ao diagnóstico de dependência:

> Preocupação – O dependente fica constantemente preocupado com a Internet quando está *off-line* e mal consegue pensar noutra coisa, ficando ansioso pela próxima oportunidade de usá-la;
>
> Necessidade (tolerância) – A pessoa em causa tem a necessidade contínua e crescente de utilizar a Internet como forma de obter a excitação desejada, necessitando de estar *online* cada vez mais tempo para conseguir a mesma satisfação;
>
> Irritabilidade – Quando tentam reduzir o tempo na internet, o dependente apresenta reação de irritabilidade e grande dificuldade de aceitação;
>
> Fuga – Utilização da internet como forma de fugir a problemas, ou de aliviar sentimentos de culpa, ansiedade ou depressão;
>
> Mentira – O dependente tem o hábito de mentir a familiares e pessoas próximas sobre o tempo que está *online*, com o intuito de ocultar a verdadeira extensão do seu envolvimento nas atividades online;
>
> Prejuízos/Malefícios – Com o excesso de tempo na internet, compromete a sua vida social e profissional, evitando compromissos *offline;*
>
> Lesões – O uso prolongado do computador causa problemas nas articulações motoras utilizadas na digitação, o que causa lesões por esforços repetitivos (LER);

Apatia – O viciado em internet tem falta de interesse em atividades que sejam realizadas fora da rede ou longe do mundo digital;

Ilusão – Sensação de estar vivendo um sonho, durante um período prolongado na internet, é comum no dia-a-dia da pessoa com compulsão ao acesso;

Tempo – Tempo exagerado de conexão, aliado à má qualidade do uso da internet. A forma da utilização da internet é o elemento determinante para definir se o indivíduo é viciado ou não;

Temas – Os temas abordados normalmente pelo indivíduo são relacionados, de forma direta ou indireta, com a própria internet (Alves, 2014, p. 10).

2.2 O acesso aos ecossistemas digitais pelos smartphones

Os smartphones são extensões da nossa vida. São, tal como nos aviões, a caixa negra que regista as nossas rotinas. Substituíram os clássicos telemóveis de primeira geração que se limitavam a fazer e receber chamadas e, também, receber e a enviar mensagens, transformando-se em verdadeiros computadores de bolso em que depositamos uma grande parte da nossa vida. A simplicidade de manuseamento através de um simples *scroll* são fatores que não só geram atração, mas também geram uma enorme dependência. O tamanho do ecrã e a facilidade com que o levamos para qualquer lado, permitem que sejamos, quotidianamente, acompanhados por uma multiplicidade de funções que podemos desenvolver 24 horas por dia e 7 dias por semana. Com um smartphone podemos fazer chamadas, enviar e-mails, ver e partilhar fotos e vídeos, jogar videojogos e música, acompanhar consultas e contactos, navegar na internet, usar pesquisa de voz, verificar notícias e o tempo, usar aplicações de chat para chamadas de voz e mensagens de texto (por exemplo, WhatsApp) e interagir nas redes sociais (por exemplo, Facebook). Temos na palma da nossa mão um mundo de possibilidades (Fialho, Dias & Macedo, 2022; Fialho, 2023).

Mas nem tudo são facilidades. A facilidade com que acedemos a uma imensidão de ofertas digitais pode ser um fator potenciador de uma relação de dependência do equipamento. Por exemplo, 15% dos jovens adultos americanos entre os 18 e os 29 anos são classificados como fortemente dependentes de

smartphones para acesso online (Smith, 2015). Esta relação de dependência deve-se, sobretudo, pela facilidade de acesso.

O uso de smartphones tem vindo a mudar rotinas diárias, hábitos, comportamentos sociais, relações familiares e interações sociais. A verificação constante e/ou utilização de aplicações para smartphones 24 h por dia tem sido associada a distúrbios do sono, stress, ansiedade, retirada e deterioração do bem-estar, diminuição do desempenho académico e diminuição da atividade física (Thomee, Harenstam & Hagberg, 2011).

O uso compulsivo de smartphones está associado ao "tecnostress", que é o stress causado pela sobrecarga de informação e comunicação (Ragu-Nathan, Tarafdar, Ragu-Nathan, & Tu, 2008). Um estudo de Elhai, Dvorak, Levine & Hall (2016) conclui que existe, no uso problemático do smartphone, uma relação com o nível de gravidade da ansiedade, stress e autoestima.

O smartphone é o principal cordão umbilical de ligação ao mundo virtual e, simultaneamente, o principal equipamento de manuseamento digital (Fialho, Dias & Macedo, 2022). Temos a vida e o mundo na palma da mão e à distância de um *scroll*. Igualmente, o smartphone é o principal dispositivo de acesso às redes sociais pelos portugueses (99,5%). Este resultado acompanha a tendência mundial no uso intensivo de telemóvel (média mundial: 97% da população utiliza pelo menos 1 vez ao mês). O computador ocupa o segundo lugar. No uso deste dispositivo 87,3% dos inquiridos sublinham o uso diário (Fialho, Dias & Macedo, 2022). A instantaneidade e facilidade de utilização do smartphone são justificações para ampla utilização destes equipamentos. Há uma dimensão local (em qualquer lugar), uma dimensão tempo (a qualquer hora) e uma dimensão de simplicidade (fácil de manusear), que explicam a ampla penetração do smartphone na sociedade portuguesa e, igualmente, justificam a sua massificação entre os portugueses.

A vida acontece na palma da nossa mão. O smartphone torna-nos corcundas no andar em qualquer lugar. O olhar para a tela tornou-se um traço da forma como agimos no capitalismo digital. Entramos na receção de um consultório médico e centramos os olhos na tela do nosso smartphone. Já não há margem para olhar o outro. O mundo digital flui e não pode ser desaproveitado. Há sempre algo a acontecer e que nos consome. "Devemos dar as boas-vindas ao *Phono sapiens*?" (Han, 2022, p.19).

Mais que um beijo ou um abraço, o smartphone tornou-se o elixir da sobrevivência digital.

> Os constantes toques e deslizamentos com os dedos no *smartphone* são gestos quase litúrgicos, que têm um efeito maciço na relação com o mundo [… e] intensifica o egocentrismo. Ao digitar nele, fico dependente do mundo para satisfazer as minhas necessidades. E o mundo parece estar digitalmente à minha disposição (Han, 2022, p.28).

Referem Samaha & Hawi (2016) que quanto maior for o risco de dependência de smartphones, maior será o nível de stress percebido, e quanto maior for o nível de stress percebido, maior será o risco de dependência de smartphones. Por outras palavras, qualquer coisa que aumente o nível de stress percebido pode aumentar o risco de comportamento dependente de smartphones. Enquanto isso, qualquer coisa que eleve o risco de comportamento dependente de smartphones pode influenciar um aumento do nível de stress percebido, que move um aluno para uma zona perigosa caracterizada pelo alto risco de dependência em smartphones, um alto nível de stress percebido, e um baixo nível de satisfação com a vida. Este padrão confirma a relação com a perspetiva da vida e é uma nova contribuição para a literatura. Por exemplo, os estudantes que sofrem de baixos níveis de satisfação com a vida eram menos propensos a atingir GPAs (assistentes pessoais digitais) cumulativos satisfatórios e eram mais propensos a mudar para níveis mais elevados de stress percebido; consequentemente, estes estudantes estavam mais expostos a ser propensos a comportamentos aditivos aos smartphones. Ao abordar de forma única a relação entre a dependência do smartphone e o stress percebido, os resultados deste estudo devem alterar a compreensão predominante do comportamento aditivo ao smartphone. Estas máquinas estão a ser gradualmente ultrapassadas por smartphones que não só englobam o uso da internet através de WiFi e tecnologias de comunicações móveis, como 4G [atualmente 5G], mas aplicações altamente viciantes para mensagens de texto, jogos online e redes sociais. Os smartphones são colados eternamente nos corpos dos proprietários com um portal para a internet 24 horas por dia (Samaha & Hawi, 2016).

2.3 O mundo encantado das redes sociais digitais

A vida digital mudou muito nos últimos anos. Sobretudo com a pandemia Covid-19, em que houve uma aceleração e consolidação do consumo digital, em particular nas redes sociais. A dinâmica do ecossistema tecnológico digital promove metamorfoses na relação com os processos tecnológicos. Fatores como velocidade, quantidade de informações, acessibilidade e interatividade permanente, explicam a penetração do digital nas nossas vidas e a consolidação do uso das redes sociais como palco privilegiado de interação social (Fialho, 2023).

Com a generalização das redes sociais deixamos de ser meros consumidores de informação e transformamo-nos em produtores de conteúdo. Esta dicotomia emissor-recetor veio desenvolver comportamentos de dependência e de compulsão no uso das redes sociais pois, o sentimento de que "algo está a acontecer" apodera-se do utilizador.

Explicam Prinstein, Nesi & Telzer (2020) que a utilização de meios digitais por parte dos adolescentes aumentou exponencialmente na última década. Os dados epidemiológicos sugerem que os adolescentes podem passar mais horas por dia a comunicar com os pares através de plataformas mediadas eletronicamente do que a dormir, frequentar a escola ou a interagir com adultos. Por isso, não é de estranhar que os investigadores interessados no desenvolvimento do comportamento dos adolescentes se tenham focado cada vez mais nos meios digitais, incluindo o uso de dispositivos móveis, mensagens de texto, jogos online e plataformas de redes sociais para compreender o fenómeno de dependência digital e, em particular, no uso das redes sociais.

O prazer e a satisfação que provém do consumo digital constituem a explicação para que, cada vez mais, os sinais de alerta devam estar presentes nas sociedades desenvolvidas.

> Os dependentes digitais e de redes sociais digitais usam a internet como ferramenta para possibilitar e facilitar a comunicação, gerando sentimento de prazer e satisfação, o que pode acarretar um fator aliciador para a dependência. Estar conectado não é o que define e caracteriza necessariamente

> o sujeito. A capacidade de dar significado e significância ao processo de construção do sujeito é ser produto e produtor da própria existência, é tornar-se eu e não objeto; a interatividade passa a propiciar e auxiliar a definição deste novo homem (Azevedo et. al., 2016, p.2).

Relativamente ao consumo das redes sociais, King & Nardi (2014) apresentam a presença de alguns sintomas como a ansiedade, angústia, nervosismo, taquicardia, tremores, suor excessivo, alterações na respiração, como consequências da dependência de consumo digital. Trata-se de uma dependência patológica que conduz a uma inadequação pessoal social e comportamental, que deve, também, ter em conta sintomas históricos para que possa ser determinada. Explicam os autores que "o comportamento nomofóbico (sensação de angústia e nervosismo quando impossibilitado de se comunicar por intermédio desses dispositivos serve de sinal para a existência um possível transtorno que deve ser investigado e tratado" (p.18).

As utilizações desequilibradas das redes sociais são propensas para o desenvolvimento de uma diversidade de sintomas nos seus utilizadores, sobretudo naqueles que apresentam uma maior exposição aos ecrãs. Os trabalhos de Prinstein, Nesi & Telzer (2020), Azevedo et. al., (2016) e King & Nardi (2014) permitem compreender alguns dos impactos da dependência nos utilizadores de ecrãs e que se encontram alinhados com os fatores de dependência digital já discutidos ao longo desta reflexão teórica.

3. CRITÉRIOS PARA DEFINIR O COMPORTAMENTO DEPENDENTE

A Dependência de Internet (DI) é um problema social que afeta todas as faixas etárias, género, profissões e classes sociais, cuja configuração varia em cada sociedade (Young, 2004 e 2009; Greenfield, 2016).

O facto de a utilização da internet se ter generalizado pela população em geral, quer em ambientes ocupacionais, sociais ou familiares, torna-a um elemento essencial no quotidiano dos indivíduos. O diagnóstico da DI é complexo e difícil de elaborar, atendendo a que a internet se encontra cada vez mais consolidada nas nossas vidas. Porém, ainda que o desenvolvimento de dependência seja facilitado (devido ao repetido uso), existe uma dificuldade associada na identificação que resulta de sinais de dependência mascarados ou até mesmo justificados, tornando-se assim difícil a sua deteção (Young, 2004 e 2009). Como podemos identificar a DI em profissionais que utilizam quotidianamente a internet como suporte à sua atividade profissional?

O desafio para medir a DI está na distinção entre o uso normal e o uso impulsivo-compulsivo (dependente). Identificar fatores e indicadores que nos permitam chegar a um diagnóstico correto sobre o estado de DI é (e tem sido) um desafio dos investigadores que trabalham no domínio da dependência tecnológica. Avaliar o comportamento dependente e consequente diagnóstico no uso da Internet é, de facto, um desafio.

O Teste de Dependência de Internet de Young (TDI) é um instrumento para avaliação de dependência de internet, que foi adaptado a partir dos critérios de jogo patológico do DSM-IV, e publicado pela primeira vez em 1998 (Young, 1998). Este instrumento é constituído por uma multiplicidade de comportamentos de uso da internet e sintomas de dependência comuns, com exceção da tolerância. São 20 itens de autopreenchimento com as respostas dadas através de uma escala Likert, variando de 1 (raramente) a 5 (sempre). Quanto maior sua pontuação, maior o grau de severidade da dependência.

Os sujeitos podem ser alocados em três níveis de dependência: leve (20-49 pontos), moderada (50-79 pontos) e severa (80-100 pontos).

Young (1998) desenvolveu, também, uma *Check-list sobre critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI)*, onde inclui a presença de cinco ou mais dos seguintes itens:

1. Preocupação excessiva com internet;
2. Necessidade de aumentar o tempo online (conectado) para obter a mesma satisfação;
3. Exibir esforços repetidos para diminuir o tempo de uso de internet;
4. Presença de irritabilidade ou depressão;
5. Quando o tempo de internet é restringido apresenta labilidade emocional (internet como forma de regulação emocional);
6. Permanecer mais conectado (online) que o programado;
7. Trabalho e relações sociais em risco pelo uso excessivo;
8. Mentir aos outros a respeito da quantidade de horas online.

No contexto destes critérios, os indivíduos que responderam "sim" a cinco ou mais dos critérios foram classificados como utilizadores de internet viciados (Dependentes) e os restantes foram classificados como utilizadores normais da internet (Não Dependentes) para efeitos deste estudo. A pontuação de corte de "cinco" foi consistente com o número de critérios usados para o Jogo Patológico. Além disso, existem atualmente dez critérios para o Jogo Patológico, embora dois não tenham sido utilizados para esta adaptação, uma vez que foram vistos não aplicáveis à utilização da internet. Por conseguinte, o cumprimento de cinco de oito em vez de dez critérios foi hipótese de ser uma pontuação de corte ligeiramente mais rigorosa para diferenciar o normal do uso viciante da internet. Embora esta escala proporcione uma medida viável da dependência da internet, é necessário um estudo mais aprofundado para determinar a sua validade de construção e utilidade clínica (Young, 1996 e 1998). Neste modelo, o processo diagnóstico pressupõe uma dimensão quantitativa e qualitativa. A quantitativa está associada à resposta "sim" a pelo menos cinco questões e a qualitativa assenta nos itens 6, 7 e 8,

que correspondem à capacidade de os indivíduos lidarem com situações presentes no dia-a-dia.

Importa também ter em conta que apenas a utilização não-essencial do computador/internet (isto é, uso não profissional ou não-diferenciado) deve ser avaliada, e o comportamento dependente está presente quando os clientes respondem sim a cinco (ou mais) das perguntas durante um período de 6 meses. Esta lista oferece uma definição viável de adição na internet que permite diferenciar o normal e o patológico na utilização da internet. Estes sinais de alerta podem muitas vezes ser mascarados pelas normas culturais que incentivam e reforçam a sua utilização. Ou seja, mesmo que uma pessoa cumpra os oito critérios, os sinais de abuso podem ser racionalizados como "*preciso disto para o meu trabalho*" ou "É apenas uma máquina" quando, na realidade, a internet está a causar problemas significativos na vida de um utilizador (Young, 2004).

O processo de diagnóstico deverá seguir critérios bem definidos para detetar com sucesso os principais quadros relativos à dependência digital. Os investigadores, segundo King, Nardi & Cardoso (2014) e Young (2011), devem ter em conta os seguintes aspetos para identificar o desenvolvimento de dependência tecnológica:

- O tempo de exposição do sujeito ao ambiente digital;
- Os processos funcionais;
- As características da estruturação psíquica e outras perturbações associadas.

Embora o tempo não seja uma função direta no diagnóstico de adição na internet, os dependentes geralmente são excessivos no uso on-line, consumindo cerca de 40 a 80 horas por semana, com sessões que podem durar até 20 horas no dia. Os padrões de sono são interrompidos devido à necessidade de logins noturnos. Geralmente ficam acordados até às 2:00, 3:00 ou 4:00 da manhã com a realidade de ter de acordar cedo para o trabalho ou escola. Em casos extremos, os comprimidos com cafeína são utilizados para facilitar sessões mais longas na internet. Estas perturbações no sono provocam cansaço excessivo e prejudicam o desempenho académico e/ou ocupacional, e podem diminuir o sistema imunológico, deixando o DI vulnerável a doenças. Permanecer no computador durante períodos tão prolongados também significa

que os dependentes não estão a fazer o exercício adequado e, por vezes, estão em risco acrescido de síndrome do túnel cárpico (Young, 2004).

Tal como um alcoólico que precisa de consumir maiores níveis de álcool para obter satisfação, os dependentes passam também rotineiramente quantidades significativas de tempo online. Além disso, os dependentes farão grandes esforços para fantasiar a natureza das suas atividades online, principalmente para ocultar a extensão e a essência do comportamento. Na maioria dos casos de desordem de controlo de impulsos, a compulsão de um indivíduo é frequentemente associada a estados cada vez mais dolorosos de tensão e agitação, facto que é aliviado através da conclusão do ato. Por exemplo, um alcoólico é levado a beber ou um obeso é levado a comer alimentos durante momentos de tensão. Em cada caso, o comportamento compulsivo serve para reduzir a tensão emocional subjacente e serve como recompensa pelo comportamento futuro. Da mesma forma, o uso do computador por um viciado em internet funciona como uma fuga psicológica para lidar com os problemas da vida (Young, 2004).

Block (2008) desenvolveu quatro fatores que incluem quatro componentes para identificar o comportamento aditivo:

I. Uso excessivo associado à perda da noção do tempo e negligência de impulsos básicos;
II. Uso excessivo associado à perda da noção do tempo e negligência de impulsos básicos;
III. Abstinência, incluindo sentimentos de raiva, tensão ou depressão quando o computador está inacessível;
IV. Tolerância, incluindo a necessidade de equipamentos melhores, mais softwares ou mais horas de uso e;
V. Repercussões negativas, incluindo discussões, mentiras, baixo desempenho, isolamento social e fadiga.

Estes instrumentos apresentam algumas limitações. Por exemplo, o tempo (número de horas) que o indivíduo está ligado à internet pode apoiar na identificação da dependência, mas não deve isoladamente ser critério classificador ou determinante de DI, dado que o utilizador pode ficar longos períodos *online*,

para desenvolver atividades profissionais ou académicas, investigação ou outro tipo de consultas. Isto levou os autores a concluir que o tempo caracterizador de dependência deve estar associado ao uso de Internet por lazer unicamente (Young, 1996 e 2004).

Todavia, há indicadores nucleares na identificação da dependência (Young, 2004 e 2009):

I. Tolerância – necessidade de estar ligado cada vez por períodos mais significativos;
II. Perda de controlo – Esforços infrutíferos para reduzir ou parar a utilização;
III. Negligência – Descurar a vida que ocorre em ambiente presencial;
IV. Impacto na vida pessoal, familiar, profissional e social;
V. Abstinência (inquietação, agressividade ou irritabilidade, raiva, isolamento social);
VI. Recaídas.

Greenfield (2016) desenvolveu um conjunto de indicadores para explicar o comportamento aditivo digital, que podem ser sistematizados da seguinte forma:

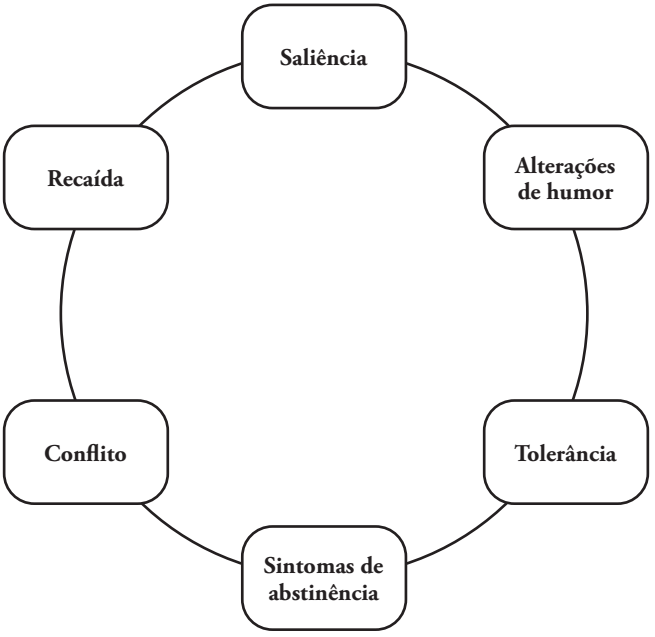
1. Passa mais tempo sozinho e com o computador;
2. Torna-se defensivo quando outros o confrontam em relação ao uso de internet e possível comportamento aditivo;
3. Negligência ou nega a possibilidade de apresentar DI;
4. Prefere passar tempo no computador ou na internet em vez de na companhia de outras pessoas;
5. Perde interesse nas pessoas, nas outras atividades anteriormente consideradas como sendo importantes (*hobbies*, amigos, exercício físico);
6. Aparenta estar mais isolado socialmente, de mau humor ou irritado;
7. Cria uma segunda vida numa realidade primordialmente virtual;
8. Despende elevado número de horas na Internet e encobre, ou tenta esconder ou ocultar o que faz na internet quando na presença de outro alguém;

9. Mente a familiares, colegas e amigos para poder passar mais tempo conectado;
10. Tem multas ou faturas inesperadas sem explicação aparente;
11. Exibe sinais de baixo desempenho académico ou baixa produtividade no emprego;
12. Fala do que faz ou do tempo que passa na internet de forma constante e incessante, demonstrando a importância que isso tem na sua vida;
13. Tem problemas legais como resultado do comportamento aditivo em relação à Internet (por exemplo, perda da custódia dos filhos, divórcio, acusações de assédio sexual, ou descarregar pornografia).

O *Internet Addiction Test* (IAT – Escala de Adição à Internet) é uma escala que mede a presença e a gravidade da dependência da Internet em adultos. O IAT surgiu em 1998 por Kimberly Young, através da adaptação dos critérios do Manual de Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais IV para diagnóstico do jogo patológico, tendo por base uma modificação do Questionário de Diagnóstico de Adição à Internet (*Internet Addiction Diagnostic Questionnaire – IADQ*) da autoria, também, de Kimberly Young. O IAT é uma escala de 20 itens que calculam a presença e a gravidade da dependência da Internet, numa escala tipo Likert com 6 opções de resposta (cotadas de 0 a 5): "não aplicável", "raramente", "ocasionalmente", "frequentemente", "muitas vezes" e "sempre". Para se obter o nível de dependência, soma-se a pontuação de cada item. A uma maior é a pontuação global corresponderá um nível dependência mais significativo.

Shahnawaz & Usama Rehman (2020) desenvolveram um Escala para medir o comportamento aditivo no uso das redes sociais (*Social Networking Addiction Scale*). A escala que se segue tem por base o modelo de componentes desenvolvido por Griffiths (2005) que destaca a importância das dimensões nos comportamentos aditivos. Griffiths (2005) apresentou um modelo de comportamento de adição composto por seis critérios sendo saliência, alteração de humor, tolerância, retirada, recaída e conflito, que podem ser experimentados no contexto de dependência das redes sociais. A resposta às perguntas, segue uma escala de Likert de sete pontos (de Discordo totalmente a Concordo totalmente).

Figura 3 – Modelo de Comportamento Aditivo



Fonte: Griffiths (2005) e Shahnawaz & Usama Rehman (2020)

De acordo com o modelo, qualquer comportamento (por exemplo, redes sociais) que cumpra os seis critérios acima referidos pode ser definido operacionalmente como um comportamento dependente. Importa sublinhar que há evidências de que estes seis critérios foram usados para definir e medir muitas dependências comportamentais, tais como exercício físico, compras, trabalho, adição na utilização do Facebook, adição no uso do smartphone, adição na internet, jogos online, entre outros (Shahnawaz & Usama Rehman, 2020).

A escala tem por base seis dimensões:

1. Saliência: Quando as redes sociais dominam a vida (pensamentos, sentimentos e comportamentos). Mesmo que a pessoa não esteja ativamente envolvida nas redes sociais, ele ou ela pensam nelas regularmente.
2. Alterações de humor: Quando a utilização de redes sociais modifica o estado de humor (aumenta e/ou reduz).
3. Tolerância: Quando o aumento da quantidade (utilização de redes sociais) é necessário obter efeitos anteriores.

4. Sintomas de abstinência: Sensação desagradável quando se não é capaz de utilizar as redes sociais por causa da falta de rede ou da falta de bateria no smartphone, etc.
5. Conflito: Quando as redes sociais causam conflitos nas relações reais ou noutras atividades, tais como académicas, trabalho ou relacionamentos.
6. Recaída: Retoma da utilização das redes sociais após tentativas de controlo da utilização.

De acordo com a escala, a balança pode ser utilizada de duas formas, dependendo do tipo de investigação que está a ser desenvolvido. Se o objetivo é encontrar/ explorar as dimensões da dependência, ou deve ser usado em pacientes, a pontuação sábia de dimensão pode ser obtida resumindo item em cada dimensão. Uma pontuação total pode ser obtida resumindo todos os itens. A pontuação pode variar de 21 a 147. Qualquer pontuação acima de uma pontuação total de 84 significa adição.

Em suma, o processo de diagnóstico da dependência da internet e das redes sociais, apesar dos avanços e da validação dos critérios anteriormente referidos, deve cruzar várias técnicas de mapeamento da DI e, recomendavelmente, o cruzamento de metodologias quantitativas e qualitativas.

4. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O desenho metodológico de um trabalho de investigação científica resulta de um conjunto de opções da equipa de investigação. Investigar "é em primeiro lugar um processo, um processo sistemático que permite examinar fenómenos com vista a obter respostas para questões precisas que merecem investigação" (Fortin, 2003, p.17). Na construção deste processo concorrem um conjunto de opções da equipa de investigação na definição e sistematização do método para chegar à descoberta do fenómeno social em estudo.

Na descoberta do fenómeno social não há um único caminho. Há vários caminhos que são condicionados por uma diversidade de fatores como, por exemplo, tempo, recursos financeiros e humanos, *background* da equipa de investigação e complexidade do fenómeno social em estudo. Isto é, "segundo o género de investigação que o investigador se deseja desenvolver, assim ele adotará a definição que melhor corresponda às suas preocupações e planificará um método apropriado para a obtenção das respostas às suas questões (Fortin, 2003, p.18). Face ao referido, as opções metodológicas desta investigação resultam das decisões da equipa de investigação como as mais adequadas para a descodificação e compreensão do fenómeno social. Por um lado, apesar de haver algum conhecimento sobre os comportamentos aditivos na internet, ainda há algum vazio sobre os comportamentos aditivos no uso das redes sociais. Por outro lado, por se tratar de um fenómeno social transversal a toda a sociedade portuguesa, optámos por um trabalho exploratório para identificar alguns traços sobre os comportamentos aditivos no uso dos ecrãs (internet e redes sociais). "Este oceano de estímulos impõe uma constante necessidade de hiperconexão. "Uma leveza e fluidez sem precedentes. Um *habitus* para o «sempre *online*», numa ritualização das práticas de interação virtual. Um modo de vida *online is fun*!" (Fialho, 2023, pp.78-79).

4.1 Justificação do estudo e objetivos

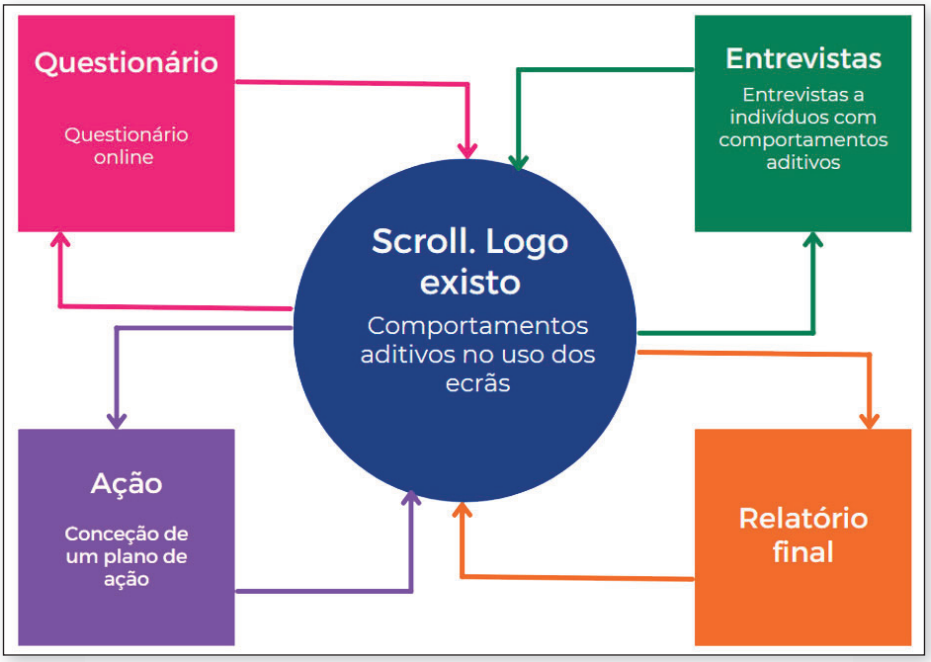
A denominação do projeto de "Scroll. Logo existo!", cuja inspiração da designação resulta do "Penso, logo existo" do filósofo francês René Descartes, procura descobrir o comportamento dos portugueses na utilização dos ecrãs. Se por um lado a internet e as redes sociais são cada vez mais uma extensão de nós, não só pela forma como condicionam a nossa ação, mas também pela forma como penetram nas nossas vidas há, por outro lado, há na nossa perspetiva uma necessidade de desmontar e trazer para o debate o lado aditivo na utilização dos ecrãs.

Este projeto teve como objetivo identificar as práticas e comportamentos dos portugueses no uso dos ecrãs, desdobrando-se em cinco objetivos específicos:

I. Estudar as práticas de uso dos ecrãs e os comportamentos aditivos que daí resultam;
II. Identificar comportamentos aditivos nos utilizadores de ecrãs;
III. Caracterizar e diferenciar as práticas regionais de utilização aditiva dos ecrãs;
IV. Traçar perfis de comportamentos aditivos na utilização dos ecrãs;
V. Conceber um plano de ação para a prevenção dos comportamentos aditivos no uso dos ecrãs.

Estes objetivos são os pilares de um estudo de caso de carácter descritivo e exploratório e que tem por base o arranjo metodológico da Figura 4. É descritivo porque procuramos elaborar um diagnóstico caracterizador do uso dos ecrãs em Portugal. É exploratório pelo facto de se tratar de um fenómeno social, sobretudo o uso das redes sociais, que ainda não está suficientemente estudado em Portugal e carece de contributos sobre a necessidade que todos nós temos em estar online, seja na internet ou nas redes sociais.

Figura 4 – Matriz do projeto de investigação



Fonte: elaboração dos autores

Relativamente à abordagem metodológica, optámos, inicialmente por uma abordagem quantitativa (inquérito por questionário online), seguindo-se a abordagem qualitativa (entrevistas semiestruturadas). Foi ainda posteriormente realizado um focus group de modo a debater os resultados obtidos e a recolher contributos de profissionais para a elaboração do plano de ação. Trata-se de um estudo de caso de carácter descritivo e exploratório com uma abordagem *mix-methods*.

Quadro 2 – Síntese da metodologia de investigação

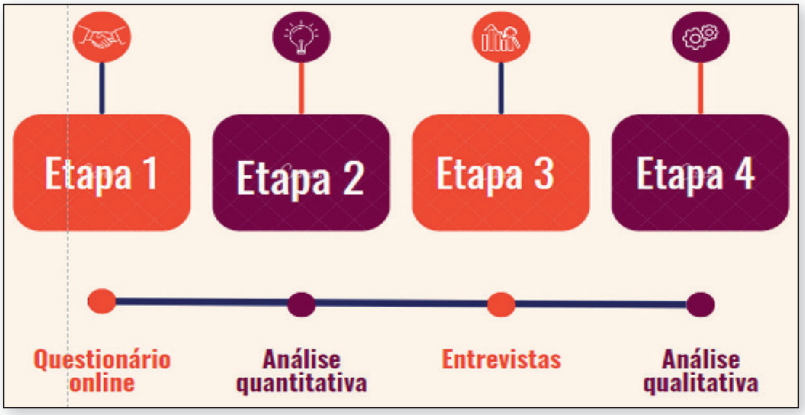
Tipo de investigação	Estudo de caso
Abordagem ao problema	Quantitativa e Qualitativa
Objetivos da investigação	Exploratório e Descritivo
Procedimentos técnicos	Inquérito por questionário Entrevistas semiestruturadas *Focus group*

Fonte: autores

4.2 Técnicas e procedimentos adotados

Quanto às fases da investigação, a Figura 5 sistematiza todo o processo de investigação no que se refere à recolha e tratamento de dados empíricos. A fase de recolha e tratamento de dados iniciou-se em setembro de 2022, tendo-se estendido até outubro de 2023. Atendendo à diversidade de fontes, técnicas e instrumentos utilizados, foi necessária uma realização sequencial da recolha e tratamento de dados, permitindo cumprir com o desenho de pesquisa elaborado pela equipa do projeto.

Figura 5 – Processo de investigação



Fonte: elaboração dos autores

A primeira etapa (Etapa 1) decorreu entre 8 de setembro e 8 de dezembro de 2022 com a aplicação de um inquérito por questionário elaborado numa plataforma online (*Google forms*), tendo sido divulgado através da internet e das redes sociais. Após três meses de recolha de dados, obtivemos 1704 respostas válidas que compuseram a amostra referente aos dados quantitativos (n=1704) e que permitiram proceder à análise de dados estatísticos recorrendo ao programa SPSS (Etapa 2).

Com base nos dados recolhidos, resultou a identificação de inquiridos com propensão para de dependência, nos termos dos oito critérios definidos pela escala de Young (1998). Estes inquiridos, desde que apresentassem mais de cinco respostas com "sim" e manifestaram a sua disponibilidade para serem

entrevistados, reuniram as condições para a avançarmos para a realização de entrevistas semiestruturadas (Etapa 3), tendo sido realizados os contactos iniciais em março de 2023. Foram feitos segundos contactos e esclarecidas questões aos participantes que responderam ao contacto da equipa de investigação, optando-se por selecionar uma amostra homogénea considerando as caraterísticas predominantes que foram evidenciadas pelos dados obtidos através do questionário online.

Na Etapa 4 retomamos o trabalho de campo com o tratamento de dados referente à realização das entrevistas que foi realizado progressivamente à medida que as mesmas iam sendo concretizadas. Para o efeito, procedeu-se à transcrição integral das entrevistas, que tinham sido gravadas em áudio mediante o consentimento livre e informado das participantes, bem como a posterior análise do conteúdo orientado pelo modelo de análise previamente elaborado.

Por fim, e como procedimento metodológico adicional, procedeu-se à realização de um *focus group* com a participação de profissionais na área dos comportamentos aditivos e dependências, permitindo identificar e debater os dados recolhidos através do inquérito por questionário e das entrevistas semiestruturadas e identificar estratégias de ação face ao problema. Desta forma, a equipa de investigação pode apresentar e debater conjuntamente tópicos de análise que integram o plano de ação apresentado, garantindo uma maior fiabilidade do mesmo.

4.3 Modelo de análise

O modelo de análise é a estrutura analítica da investigação, sobre o qual assentam os instrumentos de recolha de dados. A construção de um modelo de análise resulta do referencial teórico de suporte à investigação.

No Apêndice I disponibiliza-se o Modelo de Análise que orientou a recolha de dados através do inquérito por questionário. Numa primeira fase do instrumento de recolha de dados quantitativo (inquérito por questionário) considerámos relevante considerar três eixos de análise. Por um lado, recolher dados que permitissem proceder à caraterização sociodemográfica dos participantes, mas também de preferências referentes ao consumo de produtos através dos ecrãs.

Numa segunda dimensão do modelo de análise para o desenvolvimento do questionário online, optámos pela *Check-list* de critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI) de Young (1998), na qual se incluem oito itens:

1. Preocupação excessiva com internet;
2. Necessidade de aumentar o tempo online (conectado) para obter a mesma satisfação;
3. Exibir esforços repetidos para diminuir o tempo de uso de internet;
4. Presença de irritabilidade ou depressão;
5. Quando o tempo de internet é restringido apresenta labilidade emocional (internet como forma de regulação emocional);
6. Permanecer mais conectado (online) que o programado;
7. Trabalho e relações sociais em risco pelo uso excessivo;
8. Mentir aos outros a respeito da quantidade de horas online.

A partir da lógica inerente aos critérios de Young (1998), utilizámo-los para caracterizar o DDI "diagnóstico de dependência de internet" (II parte do questionário) e adaptámo-los e denominámos de DDRS para caracterizar o "diagnóstico de dependência de redes sociais" (III parte do questionário).

No que se refere ao modelo de análise que guiou a estrutura das entrevistas semiestruturadas e respetiva grelha de análise de conteúdo, concebemos um modelo de análise que além da caracterização dos atributos dos entrevistados, pretendeu descodificar e caracterizar o consumo digital das participantes. Assim, no Apêndice II apresentamos a modelo de análise que orientou a recolha e tratamento de dados qualitativos.

Para medir a dependência de internet e de redes sociais, utilizamos dois modelos. Por um lado, recorremos à bateria de perguntas do IAT (Young, 1998) e utilizamos algumas das perguntas para identificar níveis de dependência da internet, criando categorias: tempo de utilização, relações sociais, gestão de tarefas diárias, necessidade de estar online, dificuldade em desligar e modificação do humor. Por outro lado, a partir da adaptação do modelo de Shahnawaz & Usama Rehman (2020), que resulta da adaptação de Griffiths (2005), procuramos caracterizar o nível de dependência de redes sociais.

Apesar destes dois modelos terem como base inquéritos por questionário de autopreenchimento pelos indivíduos, e considerando que a Etapa 2 da investigação permitiu identificar a propensão para a dependência da internet e das redes sociais, optámos pela utilização destes dois modelos como estratégia de aprofundar o conhecimento sobre o tema através de uma opção qualitativa.

4.4 Instrumentos de recolha de dados e cuidados éticos no processamento da informação

O inquérito por questionário é uma técnica de investigação que permite a obtenção de dados em grande extensão. Na Etapa 1 da investigação, optámos por um inquérito por questionário, aplicado online a utilizadores de internet e de redes sociais. O inquérito por questionário foi alvo de validação semântica e de conteúdo, tendo sido realizado um pré-teste que permitiu melhorar o instrumento, tornando-o mais claro e acessível aos participantes.

Antes de qualquer participante responder ao questionário (consultar Apêndice III), o texto introdutório apresentava o estudo e os seus objetivos, bem como identificava claramente os investigadores envolvidos, o projeto de investigação desenvolvido e o seu enquadramento no Centro Lusíada de Investigação em Serviço Social e Intervenção Social (CLISSIS) da Universidade Lusíada. Foi também clarificada a parceria com o SICAD – Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências e menção ao financiamento do projeto através da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT, I. P.) com o objetivo de caracterizar o comportamento dos portugueses (residentes em Portugal) na utilização da internet e das redes sociais. Mais se informava previamente quando à participação ser livre e voluntária, bem como ao anonimato e confidencialidade de todas as respostas e o tempo de duração previsto. Não obstante, estava explicitamente escrito que cada participante "ao avançar no preenchimento deste questionário está a declarar que aceita participar neste estudo", tendo um contacto de e-mail do Investigador Responsável para qualquer tipo de pedido de esclarecimento que fosse pretendido pelos participantes, em qualquer momento da sua participação.

Assim, após a introdução o instrumento foi construído com base no modelo de análise previamente apresentado, a primeira pergunta da

caraterização dos participantes foi fundamental para a delimitação da amostra conforme apresentado no próximo ponto. Ou seja, atendendo à especificidade do estudo delimitar respostas de cidadãos residentes em Portugal, a primeira pergunta referente ao país de residência foi fator eliminatório, isto é, quem respondesse que não residia em Portugal finalizava automaticamente a sua participação. A dimensão de caraterização dos inquiridos possibilitou definir os seus atributos, atendendo às seguintes variáveis: nacionalidade (critério necessário e obrigatório para a validação da participação), região, idade, género, escolaridade, estado civil, situação perante o trabalho, rendimento, finalidade na utilização da internet e redes sociais utilizadas.

A segunda parte do inquérito por questionário resultou de uma utilização da *Check-list* de critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI) de Young (1998), distribuída por dois grupos: (I) utilização da internet (versão original da *Check-list*) e (II) utilização das redes sociais (versão adaptada da *Check-list*). No contexto destes critérios, os indivíduos que responderam "sim" a cinco ou mais dos critérios num dos grupos, foram classificados como utilizadores de viciados de internet ou redes sociais (com dependência de ecrãs) e os restantes foram classificados como utilizadores normais da internet ou redes sociais (não dependentes de ecrãs) para efeitos deste estudo.

Para a fase de entrevistas disponibilizaram-se 634 pessoas (37,2%). Na sequência dos critérios de inclusão anteriormente descritos, os participantes que se enquadram na situação de DDI e DDRS (cinco ou mais respostas "sim"), foram considerados para efeitos de entrevista semiestruturada. Assim, inicialmente, tinham enquadramento para participar nas entrevistas 40 participantes. Todavia, após o contacto por email, apenas obtivemos quatro manifestações de disponibilidade, facto que consideramos ser limitador para a obtenção de dados, em profundidade sobre o fenómeno, mas que ainda assim, permitiu construir uma amostra homogénea e concertada com aquelas que eram as características que mais evidenciaram comportamentos aditivos, sendo as mesmas referidas no próximo ponto.

Quanto à condição do guião de entrevista, seguiu-se a proposta de orientação do modelo de análise, tendo sido previamente solicitada a declaração dos participantes quanto ao seu consentimento, livre e informado, e ao pedido de

autorização prévio para a gravação das entrevistas. Ao longo da entrevista o guião foi sido conduzido de forma flexível, procurando-se recolher informação sobre todas as dimensões e categorias de análise. Quer durante, quer no final das entrevistas, as participantes tiveram oportunidade de fazer perguntas sobre o estudo, esclarecer questões e saber a finalidade com que os seus testemunhos iam ser utilizados no âmbito da investigação em curso. Ressalta-se que as entrevistas foram marcadas em conformidade com a disponibilidade das entrevistadas, sendo apenas realizado o contacto por um membro da equipa que procedeu à recolha e tratamento da anonimização das informações que permitissem algum tipo de identificação, garantindo uma maior proteção de dados. A duração média das entrevistas foi de aproximadamente sessenta e sete minutos, tendo a mais curta a duração de 1 hora, 1 minuto e 56 segundos e a mais longa a duração de 1 hora, 12 minutos e 31 segundos.

4.5 População e amostra

No trabalho de campo quantitativo recorremos a uma amostragem por conveniência. Trata-se de uma técnica de amostragem não probabilística e não aleatória que tem em conta a disponibilidade dos respondentes para participarem no estudo, num determinado momento. Como critério de inclusão na amostra, foram considerados os "residentes em Portugal" no período em que o questionário foi disponibilizado na internet e nas redes sociais. Foram obtidas 1704 (n=1704) respostas válidas que resultam de inquiridos residentes em Portugal Continental, na Região Autónoma dos Açores e na Região Autónoma da Madeira. No ponto 5 proceder-se-á a uma descrição da caracterização das pessoas que participaram no estudo.

No trabalho de campo qualitativo foram realizadas 4 entrevistas semiestruturadas, conforme descrito anteriormente. Desta forma, e considerando as respostas e interesse das pessoas identificadas para participar na segunda fase do estudo, selecionámos uma amostra com características homogéneas com a especificidade de integrarem a população cujos dados tinham sido mais evidentes nas respostas aos itens das escalas: mulheres residentes na Área Metropolitana de Lisboa, com idades compreendidas na faixa etária com idade inferior a

24 anos, solteiras, sem dependentes e sem rendimentos próprios. Não pretendendo inferir resultados através das entrevistas realizadas, procurou-se, porém, analisar diferentes comportamentos, atitudes e fatores associados à utilização da internet e das redes sociais digitais, visando um aprofundamento destas questões à luz da própria voz dos consumidores. Para se manter o anonimato, optou-se por se dar nomes fictícios a cada uma das quatro entrevistadas, em vez da utilização de numeração aleatória.

4.6 Análise de dados

Os dados do inquérito por questionário (N=1704) foram analisados no IBM SPSS *statistics v.20 e v.28*, optando-se por uma análise descritiva dos resultados, seguindo-se uma análise bi-variada. A utilização de diferentes versões do software deveu-se ao tratamento de dados ter sido realizado e validado por dois investigadores do projeto que trabalharam na mesma base de dados, mas em equipamentos diferentes e, consequentemente, com diferentes versões do programa, o que nada altera ou interferiu na análise dos dados. O tipo de análise e operações realizadas procurou corresponder aqueles que eram os objetivos enunciados, podendo posteriormente ser realizadas outro tratamento dos dados obtidos através do inquérito por questionário.

No que que se referente aos dados qualitativos obtidos através das entrevistas, atendendo às caraterísticas homogéneas da amostra, embora representando apenas 10% dos participantes selecionados para as entrevistas, procedeu-se à análise de conteúdo categorial dos resultados, sendo os mesmos discutidos à luz da matriz teórica que norteou a construção do modelo de análise para este efeito. As entrevistadas 1, 2, 3 e 4 serão denominadas ao longo da secção de análise dos dados das entrevistas por Mariana, Rita, Sara e Teresa (nomes fictícios).

5. RESULTADOS

5.1 Caraterização das pessoas participantes no estudo

O questionário aplicado recolheu um total de 1710 respostas das quais 1704 foram validadas (99,6%), ou seja, os dados apresentados e resultantes da aplicação do inquérito por questionário contaram com a participação de 1704 pessoas residentes em Portugal e utilizadoras de internet cujas caraterização sociodemográfica se apresenta sumariada na Tabela 1.

Tabela 1 – Caraterização sociodemográfica das pessoas participante[9] no estudo (n=1704)

		N	%
Nacionalidade	Portuguesa	1689	99,1
	Brasileira	6	0,4
	Espanhola	3	0,2
	Francesa	2	0,1
	Alemã	1	0,1
	Luxemburguesa	1	0,1
	Santomense	1	0,1
	Venezuelana	1	0,1
Género	Feminino	1285	75,4
	Masculino	414	24,3
	Prefiro não dizer	5	0,3
Grupos Etários	24 ou menos anos	106	6,2
	25 a 34 anos	179	10,5
	35 a 44 anos	460	27,0
	45 a 54 anos	607	35,6

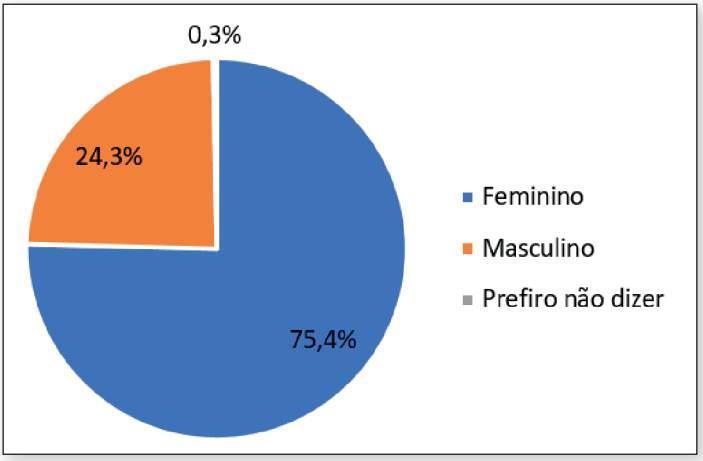
[9] Utiliza-se a expresão "pessoas participantes" considerando a importância da promoção da linguagem inclusiva, nomeadamente quando mais de três quartos das respostas forem de participantes do género feminino.

		N	%
Grupos Etários	55 a 64 anos	311	18,3
	65 ou mais anos	41	2,4
Região de residência	Norte	382	22,4
	Centro	307	18,0
	Área Metropolitana de Lisboa	357	21,0
	Alentejo	240	14,1
	Algarve	363	21,3
	Região Autónoma da Madeira	17	1,0
	Região Autónoma dos Açores	38	2,2
Nível de Escolaridade	Ensino básico	36	2,1
	Ensino secundário	497	29,2
	Ensino superior	1171	68,7
Estado civil	Solteiro/a	440	25,8
	Casado/a	791	46,4
	União de facto	251	14,7
	Viúvo/a	22	1,3
	Divorciado/a	181	10,6
	Separado/a	19	1,1

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

De acordo com os dados recolhidos, podemos observar que as pessoas que participaram neste estudo são predominantemente de nacionalidade portuguesa (99,1%), sendo pouco expressiva a participação de pessoas de outras nacionalidades (0,9%) das quais se destacam as nacionalidades brasileira (0,4%), espanhola (0,2%) e as nacionalidades alemã, francesa, luxemburguesa, santomense e venezuelana, cada uma com 0,1% respetivamente. No que se refere ao género, a maioria das pessoas participantes, 75,4%, afirmou ser do género feminino, 24,3% do género masculino e 0,3 % preferiu não mencionar o seu género (Figura 6).

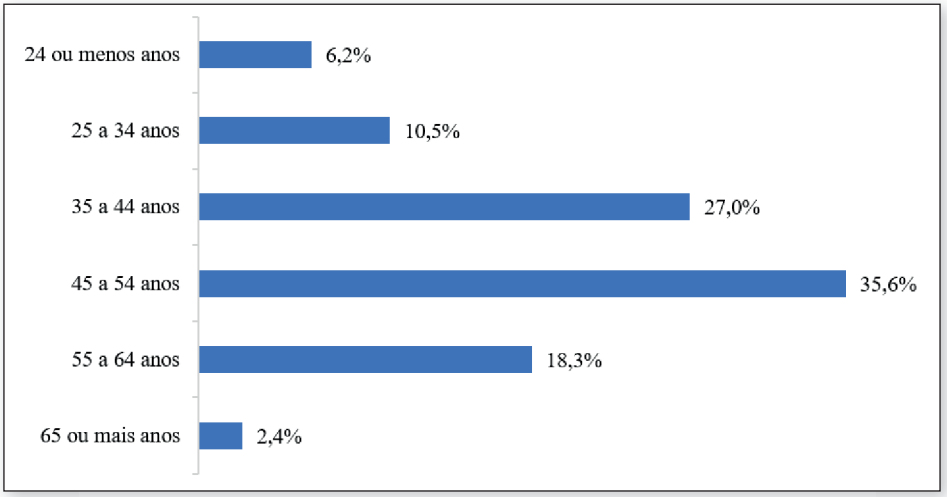
Figura 6 – Género das pessoas participantes (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Quanto à idade das pessoas participantes, a média de idades situa-se aproximadamente nos 45 anos (*mean* = 45,17), compreendidas entre os 17 e os 74 anos. Atendendo à distribuição por grupos etários, o maior fluxo de respostas encontra-se em pessoas adultas em idade ativa, sendo que mais de metade (62,6 %) tem idades compreendidas entre os 35 e os 54 anos. Assim, verificou-se uma maior participação de pessoas da faixa etária dos 45 a 54 anos (35,6%), seguindo-se dos 35 a 44 anos (27%), dos 55 a 64 anos (18,3%) e dos 25 a 34 anos (10,5%). Com menor participação neste estudo registam-se os jovens adultos (6,2%) e as pessoas idosas (2,4%) (Figura 7).

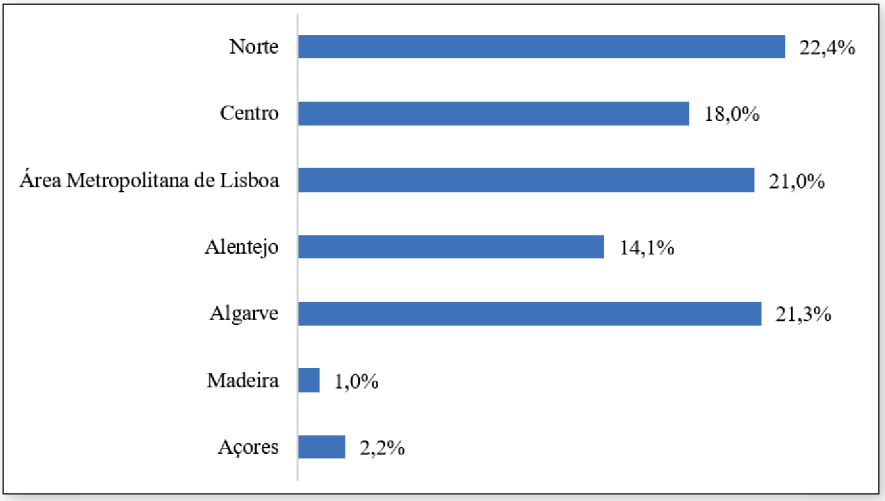
Figura 7 – Distribuição das pessoas participantes por grupos etários (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Já no que se refere à distribuição dos participantes por região geográfica procedemos a uma classificação desta variável de acordo com a Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos ao nível de NUTS II. Com base nesta classificação, a maioria dos participantes reside na região Norte do país (22,4%). Já a restante distribuição distribui-se pelo Algarve (21,3%), pela Área Metropolitana de Lisboa (21,0%), Centro (18%) e Alentejo (14,1%). Embora com menos participantes, regista-se a participação de 3,2% residentes nas regiões insulares, designadamente 2,2% na Região Autónoma da Madeira (RAM) e 1% na Região Autónoma dos Açores (RAA) conforme a Figura 8.

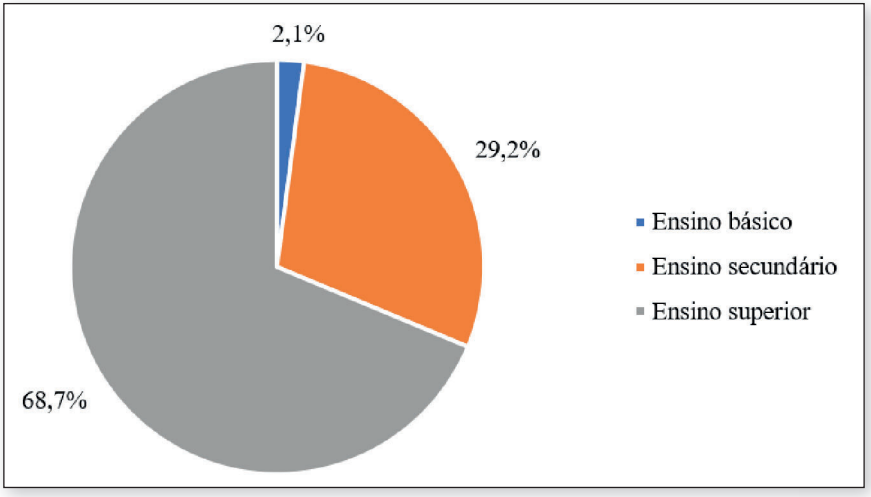
Figura 8 – Distribuição das pessoas participantes por regiões NUTS II (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Nenhum dos participantes indicou não ter nível de escolaridade, sendo a grande maioria das pessoas participantes possui formação ao nível do ensino superior (68,7%), enquanto apenas 29,2% tem formação ao nível do ensino secundário e 2,1% do ensino básico (Figura 9).

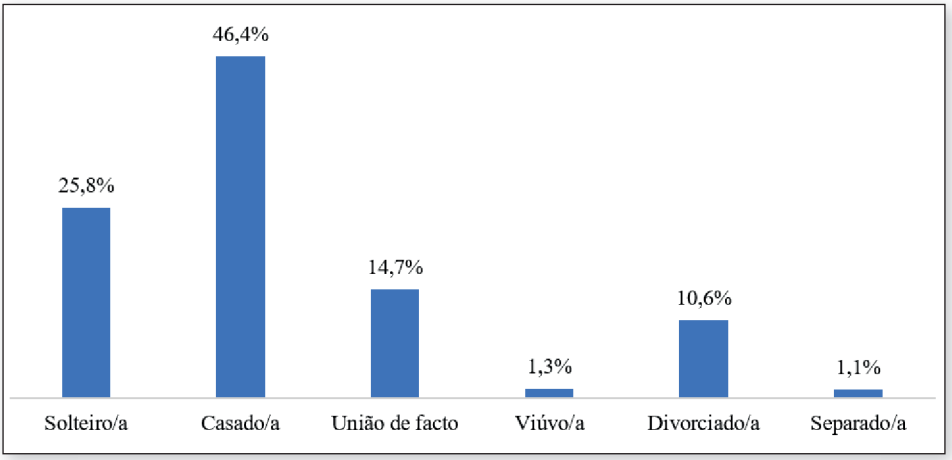
Figura 9– Distribuição das pessoas participantes por nível de escolaridade (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

No que se refere ao estado civil, mais de metade das pessoas participantes (61,1%) afirmam estarem casadas (45,4%) ou numa relação em união de facto (14,7%). Cerca de um quarto declara-se solteiro/a (25,8%), seguindo-se as pessoas participantes divorciadas (10,6%), viúvas (1,3%) ou separadas (1,1%) (Figura 10).

Figura 10 – Estado civil das pessoas participantes (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Quanto à situação perante o trabalho (Tabela 2) a grande maioria das pessoas participantes trabalha por conta de outrem (89,1%), mas com uma expressão muito mais elevada de participantes a trabalhar no setor público (73,4%) do que no setor privado (15,7%). Já as restantes participações referem-se a estudantes (4,9%), trabalhadores independentes (3,3%), pessoas reformadas ou pensionistas (1,6%) e em situação de desemprego (1,1%).

Tabela 2 – Situação perante o trabalho das pessoas participantes no estudo (n=1704)

		N	%
Situação perante o trabalho	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	267	15,7
	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	1251	73,4
	Trabalhador/a independente	57	3,3
	Desempregado/a	18	1,1
	Estudante	83	4,9
	Reformado/a ou pensionista	28	1,6

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

O rendimento médio mensal das pessoas participantes agrupadas por rendimentos permite verificar 47,8% obtém rendimentos mensais entre 705,01€ e 1200€ e 28,7% entre 1200,01€ e 2000 €. Cerca 9,3% têm rendimentos inferiores ao salário mínimo nacional (ano de referência 2022) e 7,8% entre 2000,01€ a 3000 €. Apenas 1,5% declara ter rendimentos superiores a 3000€ e 4,9% respondeu não ter rendimentos mensais (Tabela 3).

Tabela 3 – Rendimento médio mensal das pessoas participantes no estudo (n=1704)

		N	%
Rendimento médio mensal	Sem rendimento mensal	84	4,9
	Até 705 €	158	9,3
	705,01€ a 1200 €	815	47,8
	1200,01€ a 2000 €	489	28,7
	2000,01€ a 3000 €	133	7,8
	mais de 3000 €	25	1,5

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

As pessoas em situação de desemprego e estudantes são as que efetivamente afirmaram não ter rendimentos mensais. O rendimento médio mais elevado corresponde a pessoas que se encontram a trabalhar por conta de outrem (privado e público) ou por contra própria (trabalhador/a independente).

5.1.1 Perfis de utilização face aos atributos

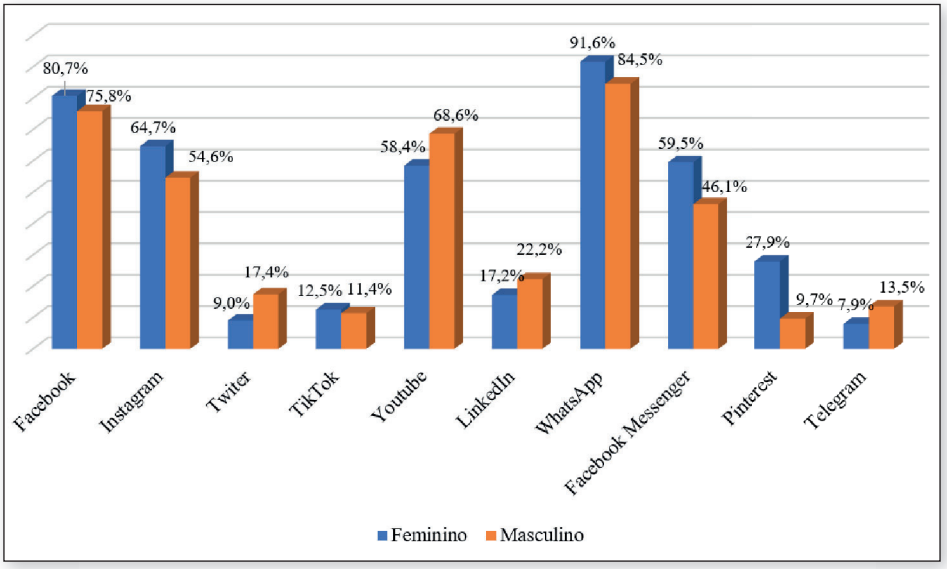
O tipo de rede social utilizada pelos participantes no estudo apresenta variações de acordo com os atributos. As variáveis, género, idade, região, escolaridade, estado civil, situação perante o trabalho e escalão de rendimento, permitem encontrar diferenças e identificar perfis de utilização. Os resultados apontam também para uma sobreposição de utilizações, ou seja, não existe a exclusividade de utilização de uma única rede social, mas sim, a utilização de várias. Por exemplo, na figura seguinte, sobre o tipo de rede social utilizado por género, verificamos que o WhatsApp e o Facebook são redes sociais com uma ampla utilização.

A instantaneidade das mensagens do WhatsApp, com 91,6% no género feminino e 84.5% no género masculino, conferem a esta rede o topo das preferências. Todavia, é sabido que em termos de potencialidades de interação, não é comparada ao Facebook, que ocupa o segundo lugar nas preferências e lhe confere, tal como demonstram estudos recentes (Fialho, Dias e Macedo, 2022), um lugar de maior popularidade entre os portugueses.

A figura seguinte também nos permite verificar que as três redes do grupo Meta (WhatsApp, Facebook e Instagram) são as mais utilizadas e, em ambos os casos, é o género feminino que apresenta uma maior utilização. É no Linkedin, Twitter e Telegram que o género masculino apresenta resultados mais expressivos em comparação com o género feminino. De um modo geral, o género feminino apresenta maiores níveis de utilização.

Na figura seguinte optámos por não considerar algumas redes cujos resultados sobre a sua utilização forma pouco expressivos no género feminino e masculino, respetivamente, Tinder 0,9% e 1,9%, Snapchat 3,4% e 2,4%, WeChat 0,1% e 0,5%, Discord 0,1% e 0,5%, Signal 0,2% e 0,2%.

Figura 11 – Tipo de rede social utilizada por género (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A idade é uma das variáveis que apresenta uma maior influência no tipo de rede social utilizado. A tabela seguinte permite-nos verificar que o escalão mais jovem (24 anos ou menos) difere de todos os outros. As redes sociais assentes em conteúdos de imagem, como o Instagram, TikTok ou Youtube, são as que se destacam por serem as mais utilizadas pelos jovens. A geração Z ou *pós-millenial* em que se inserem os participantes com "24 ou menos anos" tem como rede social preferencial o WhatsApp (tal como os restantes escalões etários), mas é o Instagram (94,3%), Youtube (67,9%) e TikTok (60,4%) que lideram as preferências destes utilizadores. A instantaneidade do registo fotográfico e/ou vídeo e o facto de uma das características destes utilizadores ser a produção e manuseamento (edição) da imagem, em detrimento da escrita, justificam esta tendência. Como elemento adicional na análise, importa também considerar que a partir do momento em que o Facebook se tornou uma rede social de massas, os jovens iniciaram um processo migratório para redes alternativas e fora dos olhares dos pais.

O WhatsApp é a rede social com maior utilização em todos os escalões etários. Pelas suas características particulares de envio de mensagens, se não

considerarmos o WhatsApp nesta análise, o Facebook é a rede social mais expressiva nos escalões entre 35 a 44 anos (83,9%), 45 a 54 anos (82,5%), 55 a 64 anos (81,0%) e 65 ou mais anos (73,25). Face a estes dados, é possível encontrar uma diferença de utilização entre os utilizadores com menos de 24 anos e os com 25 ou mais anos. Deste modo, destaca-se uma lógica de utilização dos jovens (24 anos ou menos) em que as redes sociais de "foto" e "vídeo" ocupam as preferências (Instagram – com uma utilização muito destacada, Youtube e TikTok), em oposição às redes sociais mais generalistas: Facebook e Facebook Messenger. O Tinder, o Snapchat, o WeChat, o Reddit, o Discord e o Signal são redes sociais com pouca expressão (abaixo de 3%) e, por essa razão, os resultados não foram incluídos na tabela que se segue.

Tabela 4 – Tipo de rede social utilizada por escalão etário (n=1704)

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Facebook	38,7%	79,9%	83,9%	82,5%	81,0%	73,2%
Instagram	94,3%	87,7%	70,7%	55,4%	43,7%	17,1%
Twiter	45,3%	11,7%	8,3%	8,7%	8,0%	9,8%
TikTok	60,4%	19,6%	10,7%	7,9%	4,2%	0,0%
Youtube	67,9%	67,6%	67,8%	57,8%	52,7%	43,9%
LinkedIn	16,0%	22,9%	18,0%	18,0%	16,7%	26,8%
WhatsApp	97,2%	88,8%	93,0%	88,5%	85,9%	90,2%
Facebook Messenger	35,8%	62,0%	60,2%	55,4%	57,6%	39,0%
Pinterest	39,6%	27,9%	23,9%	20,9%	21,5%	7,3%
Telegram	3,8%	11,7%	11,5%	10,4%	5,1%	2,4%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Na utilização por região, verifica-se uma harmonização da utilização das diferentes redes sociais. O WhatsApp é a rede social mais utilizada no Continente, enquanto na Madeira e nos Açores o Facebook ocupa as preferências de utilização, com 88,2% e 89,5%, respetivamente. O Youtube e o Instagram são, igualmente, redes com muitos utilizadores em todas as regiões.

Tabela 5 – Redes sociais utilizadas por região (n=1704)

	Norte	Centro	Área Metropolitana de Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Facebook	75,4%	80,5%	74,2%	87,5%	81,0%	88,2%	89,5%
Instagram	57,9%	61,2%	66,1%	66,7%	60,3%	82,4%	60,5%
Twiter	10,7%	13,4%	15,1%	10,4%	6,9%	0,0%	7,9%
TikTok	12,3%	9,1%	18,8%	7,9%	10,5%	29,4%	13,2%
Youtube	56,5%	59,6%	68,1%	59,2%	61,7%	35,3%	63,2%
LinkedIn	18,1%	17,6%	26,3%	19,2%	12,7%	11,8%	5,3%
Tinder	0,8%	0,3%	1,7%	0,4%	0,6%	29,4%	2,6%
WhatsApp	90,1%	87,0%	94,4%	92,1%	87,6%	82,4%	78,9%
Snapchat	3,7%	2,6%	5,9%	1,7%	1,4%	0,0%	5,3%
WeChat	0,3%	0,0%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Facebook Msg	54,5%	56,7%	49,9%	62,5%	60,3%	35,3%	57,9%
Pinterest	23,8%	22,8%	24,9%	25,8%	21,5%	5,9%	21,1%
Reddit	3,4%	1,3%	3,1%	0,8%	2,2%	0,0%	0,0%
Discord	0,3%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Telegram	10,2%	9,1%	9,2%	9,6%	9,4%	0,0%	2,6%
Signal	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,6%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Na análise por níveis de escolaridade, o Facebook e WhatsApp repartem as preferências dos participantes. Nos participantes com ensino básico o Facebook é a rede social mais utilizada (75,0%), seguindo-se o WhatsApp (72,2%), Youtube (58,3%), Facebook Messenger (52,8%) e Instagram (44,4%). Nos participantes com o ensino secundário e ensino superior, a rede WhatsApp ocupa as preferências com 85.5% e 92,2%, respetivamente. Importa também assinalar que nestas duas classes de escolaridade, o Facebook e o Instagram também apresentam preferências muito relevantes. Aliás, tal como podemos verificar na tabela seguinte, à medida que vamos subindo no nível de escolaridade, verifica-se, também, um aumento nas taxas de utilização das principais redes sociais: Facebook, WhatsApp, Youtube, Facebook Messenger e Instagram.

Tabela 6 – Redes sociais por nível de escolaridade (n=1704)

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Facebook	75,0%	78,3%	80,0%
Instagram	44,4%	60,8%	63,5%
Twiter	2,8%	11,1%	11,4%
TikTok	8,3%	15,3%	11,1%
Youtube	58,3%	56,1%	63,0%
LinkedIn	2,8%	7,2%	23,6%
Tinder	0,0%	1,6%	0,9%
WhatsApp	72,2%	85,5%	92,2%
Snapchat	5,6%	6,0%	1,9%
WeChat	0,0%	0,2%	0,2%
Facebook Messenger	52,8%	56,3%	56,2%
Pinterest	22,2%	23,9%	23,2%
Reddit	2,8%	1,8%	2,4%
Discord	0,0%	0,0%	0,3%
Telegram	2,8%	8,5%	9,8%
Signal	0,0%	0,0%	0,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tendo com conta o estado civil, e com exceção do estado civil "viúvo/a" em que o Facebook é a rede social mais utilizada, os restantes estados colocam o WhatsApp no topo das preferências. Todavia, encontramos lógicas de utilização nos diferentes estados civis. Os solteiros/as, que correspondem, sobretudo aos participantes mais jovens, assinalam o Instagram como rede preferencial, seguindo-se o Youtube, com 75,7% e 66,8%, respetivamente. De notar, também, que neste estado civil o Facebook apresenta a preferência mais baixa (69,5%).

Nos restantes estados civis o Facebook é a rede preferida. Contudo, nas situações de rutura no casamento (divórcio e separação), o Instagram atinge preferências muito significativas: 61,3% no divórcio e 73,7% na separação.

Tabela 7 – Redes sociais utilizadas por estado civil (n=1704)

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Facebook	69,5%	81,4%	84,9%	90,9%	85,6%	78,9%
Instagram	75,7%	56,6%	58,2%	40,9%	61,3%	73,7%
Twiter	18,9%	9,4%	6,8%	9,1%	6,6%	5,3%
TikTok	23,9%	7,1%	10,0%	9,1%	11,6%	0,0%
Youtube	66,8%	57,8%	61,4%	72,7%	60,2%	42,1%
LinkedIn	19,1%	18,6%	14,3%	18,2%	21,0%	21,1%
Tinder	2,0%	0,5%	0,4%	4,5%	2,2%	0,0%
WhatsApp	90,7%	89,3%	91,6%	86,4%	87,8%	94,7%
Snapchat	7,0%	1,8%	2,0%	0,0%	2,2%	0,0%
WeChat	0,2%	0,1%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Facebook Msg	52,3%	55,6%	58,2%	68,2%	64,1%	52,6%
Pinterest	25,2%	21,7%	23,1%	27,3%	27,1%	15,8%
Reddit	3,9%	1,4%	2,8%	0,0%	1,7%	0,0%
Discord	0,5%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Telegram	10,0%	9,1%	8,8%	4,5%	8,8%	15,8%
Signal	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A situação perante o trabalho gera diferentes tipos de utilização. Enquanto o WhatsApp apresenta níveis de utilização bastante significativos em todas as situações perante o trabalho, as restantes redes apresentam particularidades nas diferentes situações. As redes preferidas dos estudantes, coincidem com a tendência que temos vindo a enfatizar no decurso desta análise. As redes sociais de "foto" e "vídeo", como o Instagram, Youtube e TikTok ocupam as preferências dos estudantes com 90,4%, 67,5% e 61,4%, respetivamente. As restantes redes, apesar de algumas oscilações na taxa de resposta, apresentam níveis de utilização significativos nas diferentes situações perante o trabalho.

Tabela 8 – Redes sociais utilizadas por situação perante o trabalho (n=1704)

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Facebook	85,4%	81,5%	75,4%	61,1%	31,3%	89,3%
Instagram	70,4%	59,0%	70,2%	72,2%	90,4%	25,0%
Twiter	12,7%	7,7%	19,3%	11,1%	49,4%	17,9%
TikTok	12,7%	8,6%	17,5%	33,3%	61,4%	0,0%
Youtube	60,7%	60,4%	66,7%	50,0%	67,5%	60,7%
LinkedIn	34,1%	14,4%	35,1%	22,2%	13,3%	25,0%
Tinder	3,7%	0,4%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%
WhatsApp	91,4%	89,1%	89,5%	94,4%	95,2%	89,3%
Snapchat	3,4%	2,2%	1,8%	5,6%	16,9%	3,6%
WeChat	0,0%	0,2%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Facebook Msg	58,1%	57,6%	56,1%	38,9%	30,1%	60,7%
Pinterest	21,7%	22,5%	31,6%	33,3%	41,0%	7,1%
Reddit	1,9%	1,7%	3,5%	0,0%	12,0%	0,0%
Discord	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%
Telegram	11,6%	8,8%	12,3%	22,2%	2,4%	14,3%
Signal	0,4%	0,1%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

O rendimento também se assume como uma categoria determinante no tipo de utilização. Nos participantes sem rendimento mensal, que são sobretudo os estudantes e os jovens na classe até aos 24 anos de idade, o Instagram é a rede social mais utilizada (se excetuarmos o WhatsApp). A utilização do WhatsApp acompanha o aumento do escalão de rendimento, ou seja, quanto maior o rendimento, maior a taxa de utilização.

Tabela 9 – Redes sociais utilizadas por escalão de rendimento (n=1704)

	Sem rendimento mensal	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Facebook	34,5%	76,6%	83,8%	82,0%	76,7%	68,0%
Instagram	89,3%	60,8%	63,4%	57,7%	57,9%	56,0%
Twiter	45,2%	8,2%	9,3%	8,0%	13,5%	20,0%
TikTok	56,0%	15,8%	11,7%	6,7%	6,0%	4,0%
Youtube	69,0%	49,4%	62,5%	60,7%	60,2%	64,0%
LinkedIn	13,1%	10,8%	13,9%	23,9%	32,3%	48,0%
Tinder	4,8%	0,6%	0,9%	1,2%	0,8%	0,0%
WhatsApp	95,2%	83,5%	88,7%	91,4%	93,2%	100,0%
Snapchat	14,3%	8,2%	2,5%	1,8%	0,0%	0,0%
WeChat	0,0%	0,6%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%
Facebook Msg	32,1%	57,0%	58,7%	57,9%	48,9%	56,0%
Pinterest	44,0%	27,8%	22,8%	21,3%	18,8%	12,0%
Reddit	11,9%	1,3%	1,7%	1,6%	2,3%	4,0%
Discord	1,2%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%
Telegram	7,1%	8,2%	10,4%	8,4%	9,0%	4,0%
Signal	0,0%	0,6%	0,1%	0,0%	0,0%	4,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A utilização do WhatsApp apresenta níveis de utilização bastante expressivos em todas as categorias. As redes sociais do grupo Meta são as preferidas. Todavia, podemos encontrar diferenças na utilização ente jovens (até 24 anos), cujas redes de "foto" e "vídeo" são as mais utilizadas. O Facebook continua a ser uma rede de grande popularidade, independentemente dos atributos dos utilizadores.

5.2 Práticas de uso dos ecrãs: principais finalidades da utilização da internet e utilização de aplicações de conetividade social (redes sociais digitais)

De modo a compreender melhor quais as práticas dos utilizadores no uso dos ecrãs quanto às principais finalidades de utilização da internet, perguntou-se às pessoas que participaram neste estudo, que finalidade tem a sua utilização de internet, podendo ser escolhidas múltiplas respostas conforme apresentado na Tabela 10.

Tabela 10 – Principais finalidades da utilização da internet (n=1704)

	N	%
Acesso ao correio eletrónico (email)	1545	90,7%
Atividade Profissional	1444	84,7%
Utilizar as redes sociais	1233	72,4%
Estudar/pesquisar	1184	69,5%
Aceder a serviços públicos	1121	65,8%
Comprar produtos e serviços	1056	62,0%
Lazer e diversão	996	58,5%
Fazer chamadas/conversar	923	54,2%
Home Banking	914	53,6%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	869	51,0%
Informações sobre destinos/viagens	851	49,9%
Ler jornais e revistas,	761	44,7%
Jogos online	267	15,7%
Encontros amorosos	30	1,8%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Segundo os dados obtidos, a principal finalidade de utilização da internet é para acesso ao correio eletrónico (email) (90,7%) e atividade profissional (84,7%). A utilização da internet para acesso às redes sociais aparece em terceiro lugar (72,4%), ficando à frente da finalidade de estudo ou pesquisa (69,5%), sendo o valor inferior quando a finalidade está relacionada com informações sobre destinos/viagens (49,9%).

Já no que se refere ao acesso a serviços, compras e operações financeiras, 65,8% respondeu aceder a serviços públicos, 62% para comprar produtos e serviços online e 53,6% para utilizar serviços de *home Banking*. O lazer e a diversão são entendidos com uma das principais finalidades para 58,5% dos participantes, 54,2% utiliza a internet para fazer chamadas/conversar, 51% para ver TV, filmes, vídeos e ouvir música e 44,7% tem como finalidade ler jornais e revistas. Com menor preferência de utilização da internet, encontra-se a utilização para jogos online (15,7%) ou para encontros amorosos (1,8%).

Quanto às redes sociais mais utilizadas pelas pessoas participantes neste estudo, procurou-se identificar a utilização de aplicações de conetividade social (redes sociais digitais) que permitam a conexão por via de diferentes tipos de interação (e.g. publicações de imagem, vídeos, textos, comentários, trocar de mensagem instantâneas, áudios, acesso a diferentes publicações, etc.). Na Tabela 11 apresentam-se os dados de acordo com a maior regularidade no uso.

Tabela 11 – Redes sociais regularmente mais utilizadas (n=1704)

	N	%
WhatsApp	1531	89,8%
Facebook	1353	79,4%
Instagram	1061	62,3%
Youtube	1038	60,9%
Facebook Messenger	957	56,2%
Pinterest	399	23,4%
LinkedIn	313	18,4%
Tik Tok	209	12,3%
Twitter	189	11,1%
Telegram	158	9,3%
Snapchat	54	3,2%
Reddit	38	2,2%
Tinder	19	1,1%
WeChat	3	0,2%
Discord	3	0,2%
Signal	3	0,2%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Em primeiro lugar, o destaque vai para a utilização da aplicação WhatsApp, sendo que aproximadamente nove em cada dez pessoas utiliza esta rede social (89,8%). Seguidamente surgem o Facebook (79,4%), o Instagram (62,3%) e o Youtube (60,9%) como redes sociais utilizadas com maior regularidade e ainda o Facebook Messenger (56,2%).

Menos de um quarto das pessoas participantes respondeu utilizar regularmente a aplicação Pinterest (23,4%), o LinkedIn (18,4%), o Tik Tok (12,3%), o Twitter (11,1%) e o Telegram (9,3%). Utilizadas com regularidade por menos pessoas encontram-se o Snapchat (3,2%), Reddit (2,2%) e Tinder (1,1%). Já quanto à utilização do WeChat, do Discord e do Signal somente se obteve 0,2% das respostas em cada uma das opções. Relembra-se que esta questão não se referia a que redes sociais são utilizadas pelas pessoas participantes no estudo, mas sim as que utilizam com maior regularidade.

5.3 Práticas de uso dos ecrãs: formas e lógicas de interação

A interação com os ecrãs, sejam eles de computador, tablet ou smartphone, tem por base uma diversidade de estímulos que se dividem entre atividades profissionais e atividades de lazer. O acesso ao correio eletrónico é o principal motivo de interação para os participantes do género feminino (91,7%) e do género masculino (87,7%), ainda que com algum destaque no género feminino (+4,0%). Estes resultados confirmam a crescente adesão ao email como uma importante forma de comunicação para atividades profissionais e rotinas do quotidiano. Também, o aumento da interação online com serviços públicos e privados (por exemplo, compras online), em muito tem contribuído para esta massificação e consolidação do acesso ao correio eletrónico.

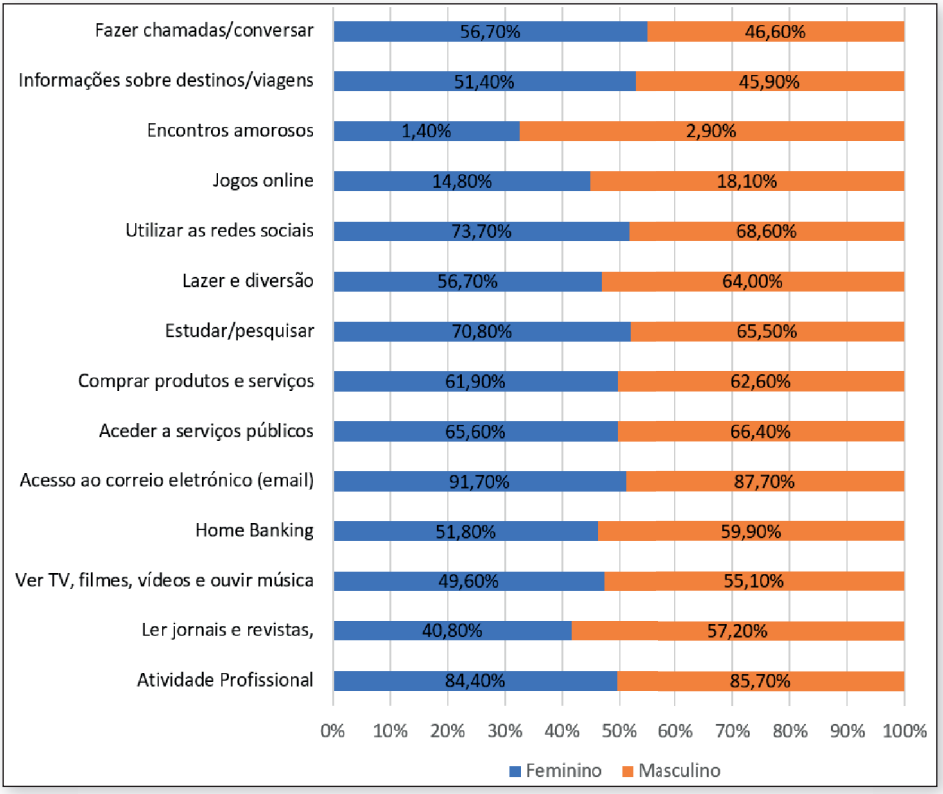
As mudanças no quotidiano dos portugueses, motivadas pela transição digital em curso, cuja transformação está a ocorrer em todos os setores de atividade, permite-nos aceitar sem surpresas a relevância da utilização dos ecrãs acima dos 80% em ambos os géneros, com algum destaque para o género masculino com 85,7% e o género feminino com 84,4%.

A utilização de redes sociais são a terceira prática de utilização mais expressiva, sobretudo no género feminino, com 73,7% e, 68,6%, no género

masculino. A tabela seguinte aponta para a diversidade de práticas de interação diária com os ecrãs, permitindo identificar algumas tendências de género, como a atividade profissional, acesso a serviços públicos, *home banking*, compras e lazer e diversão, ler jornais e revistas, mais associadas ao género masculino, facto que consubstancia, ainda que tenuemente, algumas tendências de género que se verificam na sociedade portuguesa.

A maior diferença surge na utilização dos ecrãs para encontros amorosos, onde os homens assumem mais a sua utilização (2,90%).

Figura 12 – Práticas de utilização dos ecrãs por género (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A utilização dos ecrãs por grupo etário apresenta diferenças bastante significativas entre a classe mais jovem (24 ou menos anos) e as restantes classes.

Os participantes com 24 ou menos anos utilizam os ecrãs, sobretudo para estudar: 92,5%. Porém, a diferença para a utilização de redes sociais é de 1%, pois, 91,5%, referem este tipo de utilização. A componente de lazer, em que incluímos "ver TV, filmes, vídeos e ouvir música" e "lazer e diversão", são as principais razões da interação, respetivamente 88,7% e 81,1%. O acesso ao correio eletrónico apresenta, neste grupo, o valor mais baixo de todos. A análise da tabela seguinte permite-nos afirmar que os jovens apresentam uma interação mais lúdica com os ecrãs, ao contrário dos restantes grupos, cuja utilização profissional está mais vincada.

Por sua vez, os participantes entre os 55 e os 64, destacam-se no uso dos ecrãs para aceder aos serviços públicos (70,7%). É também esta classe (49,8%) e a classe dos 65 ou mais anos (56,1%) que utilizam mais os écrans para aceder à leitura de ler jornais e revistas.

Tabela 12 – Praticas de utilização dos ecrãs por grupo etário (n=1704)

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	53,8%	81,6%	88,7%	87,5%	88,1%	68,3%
Ler jornais e revistas	28,3%	39,1%	43,0%	47,0%	49,8%	56,1%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	88,7%	81,6%	53,9%	43,7%	34,7%	19,5%
Home Banking	28,3%	65,9%	61,5%	53,0%	46,0%	43,9%
Acesso ao correio eletrónico (email)	84,9%	93,9%	92,4%	89,6%	90,4%	90,2%
Aceder a serviços públicos	52,8%	64,8%	65,7%	65,7%	70,7%	68,3%
Comprar produtos e serviços	67,0%	76,0%	72,6%	59,3%	45,3%	34,1%
Estudar/pesquisar	92,5%	73,2%	68,3%	66,1%	67,8%	70,7%
Lazer e diversão	81,1%	71,5%	62,2%	53,9%	49,8%	34,1%
Utilizar as redes sociais	91,5%	83,8%	76,5%	69,7%	62,4%	41,5%
Jogos online	34,9%	24,0%	15,0%	12,4%	13,2%	4,9%
Encontros amorosos	4,7%	3,9%	2,4%	0,8%	0,6%	0,0%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Informações sobre destinos/viagens	60,4%	61,5%	50,0%	47,4%	46,9%	31,7%
Fazer chamadas/ conversar	78,3%	68,2%	56,7%	47,1%	51,1%	29,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A utilização dos ecrãs por nível de escolaridade confirma, também o acesso ao correio eletrónico como a principal razão de utilização em todos os níveis. A tabela seguinte permite-nos verificar que nos participantes com menor escolaridade (nível básico) a utilização dos ecrãs tem uma menos expressão na atividade profissional e interações ao nível do acesso ao *home banking* (22,2%), comprar produtos e serviços (33,3%) e aceder a serviços públicos (36,1%). De facto, existe correlação entre escolaridade e acesso à utilização dos ecrãs. Uma escolaridade mais baixa (ensino básico) tem inerente uma menor utilização dos ecrãs e, como consequência, a promoção de desigualdades de acesso.

Os participantes com escolaridade superior, comparativamente com os outros níveis de escolaridade, destacam-se na utilização dos écrans para a atividade profissional (90,3%), para estudar/pesquisas (75,4%), e também são estes participantes que utilizam mais os ecrãs com o intuito de aceder aos serviços públicos (68,5%), às redes sociais (74,4%) e para obter informações sobre destinos/viagens (54,9%).

Tabela 13 – Práticas de utilização dos ecrãs por escolaridade (n=1704)

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	52,8%	74,0%	90,3%
Ler jornais e revistas	33,3%	38,6%	47,6%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	33,3%	45,9%	53,7%
Home Banking	22,2%	40,4%	60,2%
Acesso ao correio eletrónico (email)	83,3%	86,7%	92,6%

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Aceder a serviços públicos	36,1%	61,6%	68,5%
Comprar produtos e serviços	33,3%	56,1%	65,3%
Estudar/pesquisar	50,0%	56,9%	75,4%
Lazer e diversão	52,8%	57,1%	59,2%
Utilizar as redes sociais	58,3%	68,6%	74,4%
Jogos online	11,1%	19,5%	14,2%
Encontros amorosos	2,8%	2,4%	1,5%
Informações sobre destinos/viagens	36,1%	39,2%	54,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Independentemente do estado civil, o acesso ao correio eletrónico e a atividade profissional são as principais razões que explicam o acesso aos ecrãs. Ainda assim, o acesso dos participantes destaca-se nos separados, no que se refere ao uso para a atividade profissional (94,7%). Pela tabela seguinte, constatamos que "ver TV, filmes, vídeos e ouvir música" e "utilizar as redes sociais" ocupam o topo das preferências de "solteiros/as" e "separados/as". Aliás, em todos os estados o uso das redes sociais ocupa valores que se situam entre 66,9% e 84,2%, sendo o valor mais elevado atribuído aos participantes separados – os mesmos que utilizam mais os ecrãs para fazer chamadas/conversar (63,2%).

Tabela 14 – Práticas de utilização dos ecrãs por estado civil (n=1704)

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	77,0%	87,2%	86,9%	90,9%	87,8%	94,7%
Ler jornais e revistas	39,8%	46,1%	45,4%	54,5%	48,6%	36,8%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	64,1%	43,5%	54,2%	45,5%	47,0%	63,2%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Home Banking	49,1%	54,7%	58,6%	50,0%	53,0%	57,9%
Acesso ao correio eletrónico (email)	90,5%	90,1%	91,2%	86,4%	92,8%	94,7%
Aceder a serviços públicos	64,8%	66,1%	68,1%	63,6%	65,2%	52,6%
Comprar produtos e serviços	65,2%	60,9%	65,3%	45,5%	55,8%	63,2%
Estudar/pesquisar	78,9%	66,6%	64,1%	63,6%	66,9%	73,7%
Lazer e diversão	66,1%	55,1%	63,3%	54,5%	48,6%	52,6%
Utilizar as redes sociais	76,1%	69,2%	79,3%	68,2%	66,9%	84,2%
Jogos online	20,2%	12,4%	18,3%	18,2%	14,9%	15,8%
Encontros amorosos	3,9%	0,5%	0,8%	0,0%	2,8%	10,5%
Informações sobre destinos/viagens	55,2%	45,9%	54,2%	54,5%	48,1%	52,6%
Fazer chamadas/ conversar	60,9%	50,6%	57,0%	59,1%	48,1%	63,2%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Estudar e pesquisar, bem como utilizar redes sociais são as principais razões de interação dos estudantes com os ecrãs. Os trabalhadores independentes são os que utilizam mais os écrans na atividade profissional (98,2%), correio eletrónico (93%) *home banking* (63,2%), no acesso ao email (93%), e no acesso aos serviços públicos (75,4%).

Aliás são esses trabalhadores independentes e os estudantes que apresentam resultados superiores na utilização doe ecrãs para lazer e diversão (64,9% e 80,7%) e depois também nos jogos online (24,6% e 32,5%). Na situação perante o trabalho, cuja tabela apresentamos a seguir, revela também que o acesso ao correio eletrónico para os participantes que têm uma ocupação profissional ocupa o topo das práticas de utilização.

Tabela 15 – Práticas de utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho (n=1704)

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	85,8%	87,5%	98,2%	66,7%	48,2%	42,9%
Ler jornais e revistas	45,3%	45,2%	42,1%	27,8%	32,5%	64,3%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	56,9%	47,5%	61,4%	50,0%	86,7%	25,0%
Home Banking	60,7%	54,0%	63,2%	33,3%	27,7%	39,3%
Acesso ao correio eletrónico (email)	90,3%	91,4%	93,0%	83,3%	81,9%	89,3%
Aceder a serviços públicos	61,0%	67,7%	75,4%	55,6%	47,0%	67,9%
Comprar produtos e serviços	70,0%	61,3%	64,9%	55,6%	57,8%	25,0%
Estudar/pesquisar	68,5%	67,5%	73,7%	77,8%	94,0%	78,6%
Lazer e diversão	60,3%	57,1%	64,9%	50,0%	80,7%	28,6%
Utilizar as redes sociais	80,1%	70,5%	71,9%	61,1%	86,7%	46,4%
Jogos online	15,0%	14,6%	24,6%	11,1%	32,5%	3,6%
Encontros amorosos	1,9%	1,4%	1,8%	0,0%	7,2%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	53,2%	48,8%	64,9%	38,9%	54,2%	32,1%
Fazer chamadas/conversar	58,8%	52,4%	50,9%	61,1%	75,9%	28,6%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Verificamos também uma relação entre rendimento e utilização dos ecrãs. Quanto mais elevado o escalão de rendimento, maior é, também, a utilização dos ecrãs para a atividade profissional e para acesso ao correio eletrónico. A utilização do *home Banking* e do acesso a serviços públicos online começa a ter maior expressão a partir dos escalões de rendimento de 1200,01€ a 2000 € e 705,01€ a 1200 €, respetivamente. No escalão "sem rendimento mensal", as variáveis "estudar/pesquisar" e "utilizar redes sociais", com 94,0% e 88,1%, respetivamente, apresentam uma maior expressão por aqui se enquadrarem os estudantes e participantes do escalão "24 ou menos anos".

Os participantes que estão nas zonas limite da classificação utilizada, os sem rendimentos e os que têm rendimentos superiores a 3000 €, são os que mais se destacam na utilização dos ecrãs para jogos online (33,3% e 20,0% respetivamente). A mesma tendência se verifica no que se refere ao uso dos ecrãs para lazer e diversão, com os participantes sem rendimento mensal a atingirem 78,6%, enquanto os participantes com maiores rendimentos atingem o resultado de 64,0%.

Relativamente à utilização das redes sociais verifica-se também a continuidade da tendência identificada, 88,5% e 76,0%, de acordo com a mesma classificação por rendimento referida.

Apenas a utilização dos ecrãs para encontros amorosos contraria esta tendência, destacando-se apenas quem não tem rendimento mensal, com 7,1%.

Tabela 16 – Práticas de utilização dos ecrãs por escalão de rendimento (n=1704)

	Sem rendimento mensal	**Até 705 €**	**705.01€ a 1200 €**	**1200.01€ a 2000 €**	**2000.01€ a 3000 €**	**mais de 3000 €**
Atividade Profissional	51,2%	63,9%	85,6%	93,0%	92,5%	96,0%
Ler jornais e revistas	36,9%	29,7%	40,0%	52,8%	63,2%	60,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	84,5%	44,9%	49,9%	50,9%	41,4%	64,0%
Home Banking	27,4%	33,5%	52,8%	62,4%	63,2%	76,0%

	Sem rendimento mensal	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Acesso ao correio eletrónico (email)	85,7%	90,5%	90,8%	90,6%	91,7%	100,0%
Aceder a serviços públicos	53,6%	51,9%	63,9%	71,4%	75,9%	92,0%
Comprar produtos e serviços	59,5%	56,3%	62,5%	64,2%	57,1%	72,0%
Estudar/pesquisar	94,0%	61,4%	64,8%	75,5%	69,9%	72,0%
Lazer e diversão	78,6%	56,3%	57,3%	60,3%	47,4%	64,0%
Utilizar as redes sociais	88,1%	70,3%	70,1%	75,7%	66,2%	76,0%
Jogos online	33,3%	18,4%	16,4%	12,9%	6,0%	20,0%
Encontros amorosos	7,1%	1,9%	1,5%	1,8%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	56,0%	38,6%	47,1%	55,2%	53,4%	72,0%
Fazer chamadas/ conversar	75,0%	54,4%	54,5%	51,5%	46,6%	64,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

As finalidades de utilização dos ecrãs são influenciadas pelos atributos dos participantes. Na análise dos dados conseguimos verificar que existe uma sobreposição de utilizações, facto que se traduz numa diversidade de acesso aos ecrãs que se inclui uma vertente profissional e outra vertente de caráter mais lúdico.

Destacamos que atributos como idade, escolaridade, estado civil, rendimento e situação perante o trabalho revelam diferenças na diversidade de acesso aos ecrãs.

6. COMPORTAMENTOS ASSOCIADOS AO USO DE ECRÃS: IDENTIFICAÇÃO DE COMPORTAMENTOS ADITIVOS NO USO DA INTERNET E DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

De forma a caracterizar os comportamentos aditivos nos utilizadores de ecrãs, conforme anteriormente referido, procedeu-se à aplicação da escala de Young (1998) com a identificação dos critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI). Neste sentido, procurou-se identificar os comportamentos aditivos no uso de ecrãs associados à utilização da internet, mas também à utilização das redes sociais digitais (Tabela 17).

Tabela 17 – Critérios da escala de Young (1998) ao uso da internet e das redes sociais (n=1704)

Utilização da Internet			Utilização das Redes Sociais		
	N	%		N	%
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	1089	63,9	Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	704	41,3
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	214	12,6	Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	91	5,3
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	244	14,3	Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	163	9,6
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	355	20,8	Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	298	17,5
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	51	3,0	Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	49	2,9

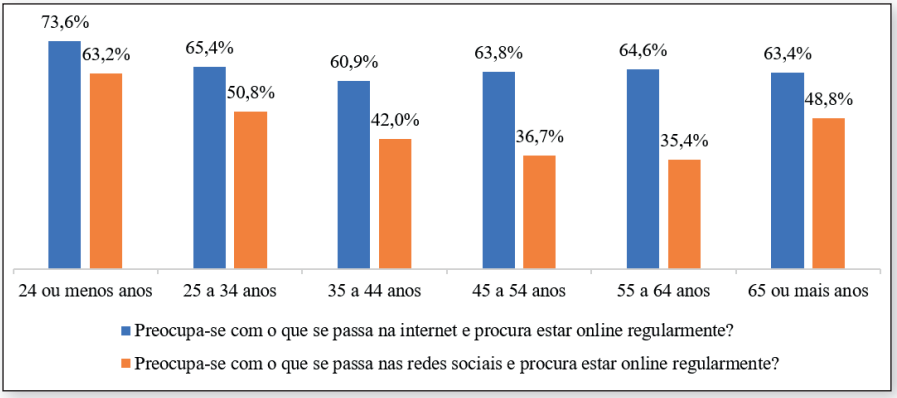
Utilização da Internet	N	%	Utilização das Redes Sociais	N	%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	485	28,5	Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	348	20,4
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	86	5,0	Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	83	4,9
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	742	43,5	Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	684	40,1

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Atendendo aos dados obtidos, verifica-se que os critérios apresentados têm valores mais elevados no que se refere à utilização da internet do que das redes sociais isoladamente, maior a diferença entre alguns itens específicos.

A preocupação com o que se passa na internet e o procurar estar online regularmente foi um comportamento afirmado por 63,9% das pessoas, enquanto 41,3% menciona quanto à utilização das redes sociais a mesma preocupação e procura por estar online regularmente. São sobretudo os jovens adultos (com menos de 34 anos e entre os 25 e os 34 anos) que se mostram mais preocupados com o que se passa na internet e nas redes sociais e que procuram estar mais tempo online (Figura 13). Verificou-se, no entanto, que o terceiro grupo etário mais preocupado com o que se passa nas redes sociais e que procura estar online regularmente é composto pelas pessoas com 65 ou mais anos.

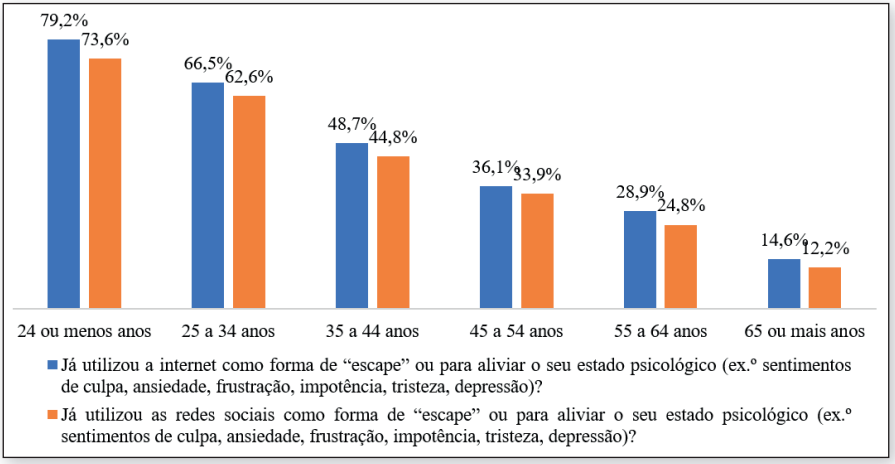
Figura 13 – Preocupação com o que se passa na internet e nas redes sociais por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Em segundo lugar destaca-se que 43,5% das pessoas afirma já ter utilizado a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (e.g. sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão) e cerca de 40,1% refere ter recorrido à utilização de redes sociais para o mesmo efeito. Como se pode observar quanto mais novos são os participantes, maior é a utilização da internet e das redes sociais para este fim (Figura 14).

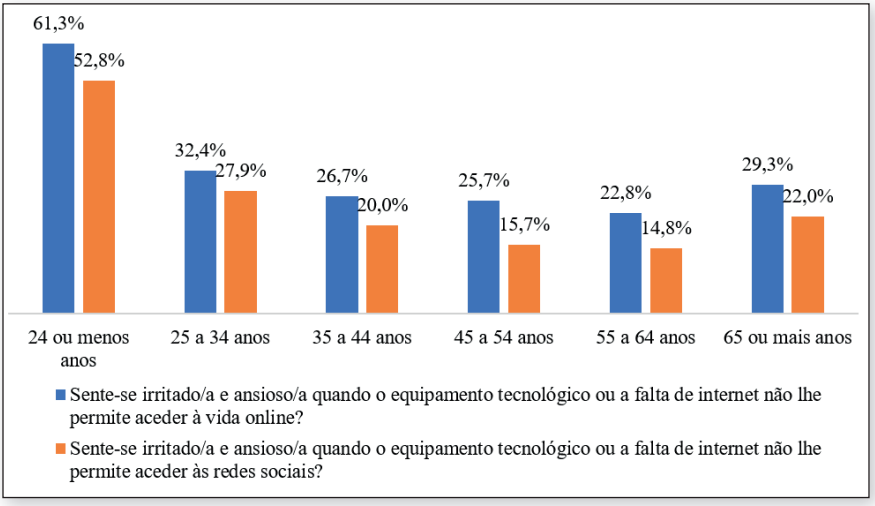
Figura 14 – Utilização da internet e das redes sociais internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Mais de um quarto das pessoas participantes respondeu sentir-se irritada e ansiosa quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhes permite aceder à vida online (28,5%), enquanto cerca de um quinto afirmou sentir o mesmo quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhes permite aceder às redes sociais (20,4%). São as pessoas com menos idade (24 anos ou menos) que se sentem mais irritadas e ansiosas nos contextos anteriormente indicados, seguindo do grupo etário dos 25 aos 24 anos. Uma vez mais, verifica-se que o terceiro grupo que mais respostas positivas dá a estas questões são as pessoas com 65 ou mais anos (Figura 15). Contudo percebe-se que os participantes com mais de 65 anos não revelam procurar tanto o controlo do seu comportamento. É possível que este fato esteja relacionado com o elevado grau de autonomia exercida sobre si próprios, ao contrário do grupo etário mais novo, cuja necessidade de controlo individual de utilização de ecrãs pode ter origem noutros indivíduos dos quais os jovens dependam.

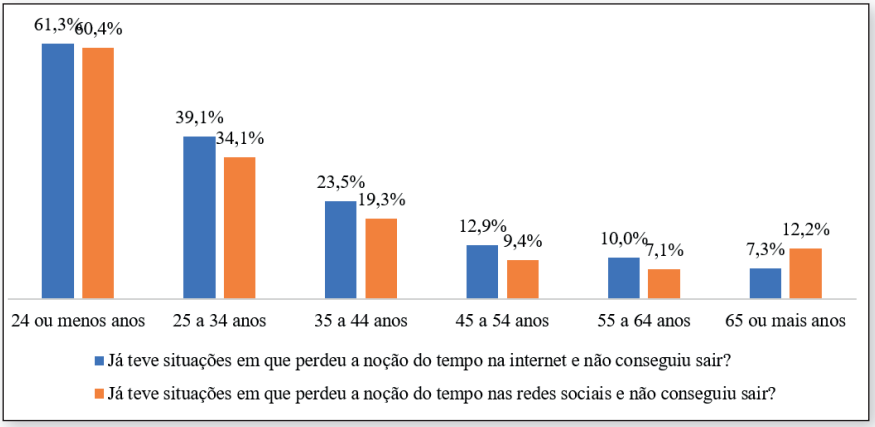
Figura 15 – Irritação e ansiedade por falta de acesso a equipa tecnológico à internet, vida online ou redes sociais por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

No que se refere ter passado por situações em que perdeu a noção do tempo na internet ou nas redes sociais e não conseguir sair das mesmas, 20,8% respondeu positivamente no que se refere à utilização da internet e 17,5% relativamente à utilização das redes sociais.

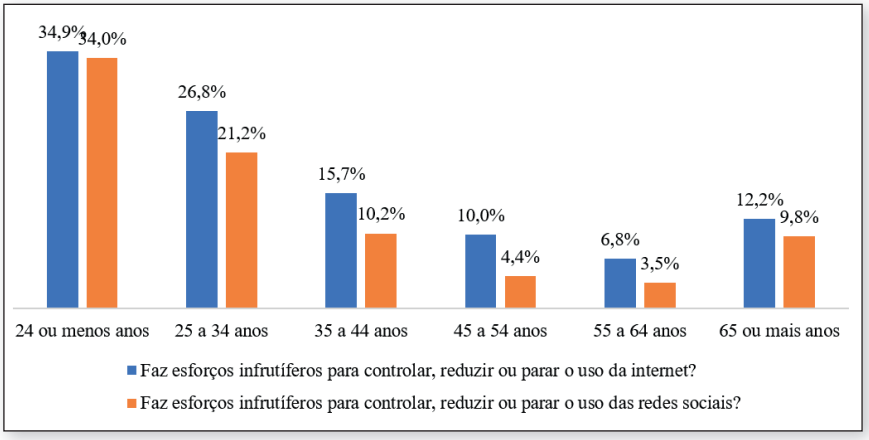
Figura 16 – Situações em que perdeu a noção do tempo na internet ou nas redes sociais e não conseguir sair das mesmas por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Considerando ainda o tempo passado na internet e nas redes sociais, 14,3% refere ter feito esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet e 9,6% quanto ao uso das redes sociais. À semelhança de outros indicadores, os grupos etários dos 24 ou menos anos e dos 25 a 34 anos são os que mais responderam com uma afirmação positiva a este critério, seguindo do grupo dos 65 e mais anos (Figura 17).

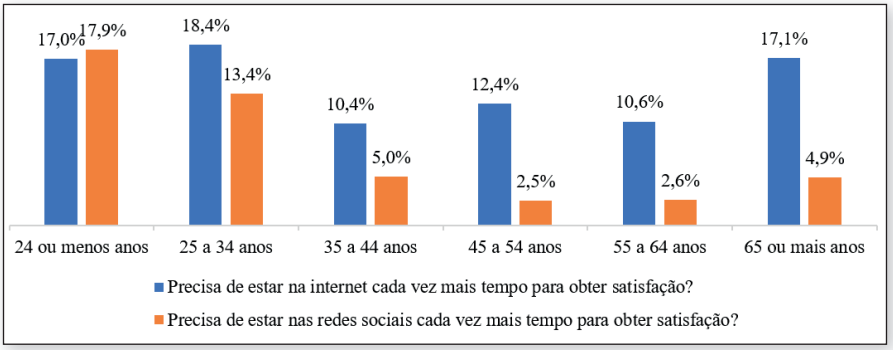
Figura 17 – Tentativa de esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Porém, 18,4% dos participantes com idade entre os 24 e os 34 anos sente que precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação, sendo que apenas 13,4% sente o mesmo em relação às redes sociais. São os dois grupos etários mais jovens onde se verifica maior incidência. Ao contrário de outros critérios, há uma grande diferença no grupo etário dos 65 ou mais anos, tendo a internet um papel muito mais evidente do que as redes sociais (Figura 18).

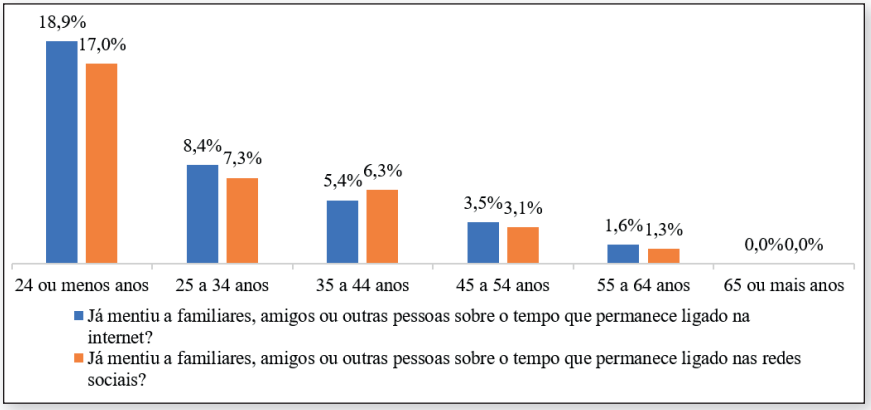
Figura 18 – Procura de satisfação através da utilização da internet e das redes sociais por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Já com menos expressão nos resultados, encontram-se as respostas relacionadas com as relações pessoais e profissionais, sendo que 5% das pessoas indica já ter mentido a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet, sendo o resultado muito próximo quanto às redes sociais (4,9%).

Figura 19 – Recurso a mentiras a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo de utilização da internet e das redes sociais por faixas etárias (n=1704)

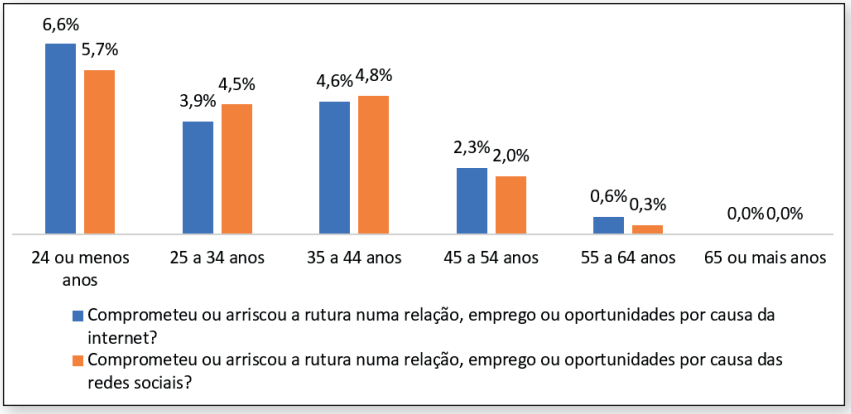


Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Por fim, 3% das pessoas afirma que comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet e 2,9% por causa das redes sociais.

Por fim, verifica-se que são os mais novos que comprometeram ou arriscaram mais a relação, o emprego ou oportunidades 6,6% devido à utilização da internet e 5,7% devido às Redes Sociais. Muito embora os valores só diminuam a partir dos 45 anos.

Figura 20 – Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet ou das redes sociais por faixas etárias (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os resultados apresentados fazem sobressair as cinco características que Alves (2014) aponta para perceber se um utilizador de internet tem um diagnóstico de dependência.

A preocupação com o que ocorre online deixa o dependente constantemente preocupado com a Internet quando está offline e mal consegue pensar noutra coisa, ficando ansioso pela próxima oportunidade de usá-la. Os resultados obtidos apontam para 69,3% e 41,3%, respetivamente internet e redes sociais, ao nível da preocupação "com o que se passa na internet [e nas redes sociais] e procura estar online regularmente".

A necessidade de estar na internet e nas redes sociais, especificamente de precisar de cada vez mais tempo para obter satisfação, a característica "Necessidade (tolerância)" em que a pessoa em causa tem uma necessidade contínua e crescente de utilizar a Internet como forma de obter a excitação desejada, necessitando de estar *online* cada vez mais tempo para conseguir a mesma satisfação apresenta resultados pouco expressivos, designadamente 12,6% na internet e 5,2% nas redes sociais.

A irritabilidade, quando o utilizador tenta reduzir o tempo na Internet e apresenta reação de irritabilidade e grande dificuldade de aceitação, materializada na escala de Young (1998) como "Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?", apresenta resultados moderados, ou seja, 28,5% e 20,4%, na internet e nas redes sociais.

A fuga em que a utilização da Internet surge como forma de fugir a problemas, ou de aliviar sentimentos de culpa, ansiedade ou depressão e a mentira em que o dependente tem o hábito de mentir a familiares e pessoas próximas sobre o tempo que está *online*, com o intuito de ocultar a verdadeira extensão do seu envolvimento nas atividades online, apresenta diferença significativas, em que a característica "fuga" é superior à "mentira". No contexto da escala de Young (1998), "Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?", entendida aqui como fuga na perspetiva de Alves (2014), a internet tem 43,5% das respostas e as redes sociais 40,1%.

A mentira, que na escala de Young se caracteriza como "Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?", obteve, 5,0% e 4,9%, respetivamente para internet e redes sociais.

7. PRÁTICAS REGIONAIS DE UTILIZAÇÃO DOS ECRÃS

Neste ponto procurou-se compreender como é que a utilização ecrãs se apresenta nas diferentes regiões de Portugal.

No continente, verificamos que no Norte, Centro, área Metropolitana de Lisboa, Alentejo e Algarve, o acesso ao correio eletrónico é a razão na interação com os ecrãs, logo seguida do uso para atividade profissional. Sendo no Alentejo o maior uso em "atividade profissional"(91,3%).

Na Madeira, verifica-se uma dimensão mais lúdica de utilização, na qual o "lazer e diversão" e a utilização de redes sociais surgem como os principais motivos de interação, 76,5% e 64,7%, respetivamente. Surgindo na madeira também o maior uso de utilização dos ecrãs para "encontros amorosos" (23,5%).

Em relação ao uso do email, os Açores acompanham a tendência do continente (86,8%) como principal motivo na interação com os ecrãs.

A utilização para jogos online existe na AML é a maior (19,9%).

Tabela 18 – Principais finalidades da utilização da internet por região (NUTS II)

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RMA	RAA
Atividade Profissional	86,9%	89,9%	80,1%	91,3%	79,9%	58,8%	81,6%
Ler jornais e revistas,	46,6%	42,3%	50,4%	45,0%	38,8%	47,1%	42,1%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	48,7%	46,9%	59,9%	49,2%	49,3%	47,1%	52,6%
Home Banking	55,0%	49,5%	56,9%	54,6%	52,6%	47,1%	50,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	92,7%	89,6%	92,2%	89,2%	91,2%	52,9%	86,8%
Aceder a serviços públicos	68,6%	67,8%	64,4%	62,9%	64,5%	52,9%	71,1%
Comprar produtos e serviços	59,4%	63,8%	62,2%	67,5%	59,2%	47,1%	68,4%

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RMA	RAA
Estudar/pesquisar	74,9%	67,1%	72,5%	69,6%	66,4%	29,4%	52,6%
Lazer e diversão	53,7%	57,7%	63,3%	58,3%	57,3%	76,5%	71,1%
Utilizar as redes sociais	71,7%	70,4%	77,6%	72,5%	69,1%	64,7%	78,9%
Jogos online	15,2%	15,6%	19,0%	10,4%	16,3%	11,8%	18,4%
Encontros amorosos	1,8%	1,0%	2,2%	0,8%	1,7%	23,5%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	47,9%	50,5%	58,0%	44,2%	48,8%	17,6%	52,6%
Fazer chamadas/ conversar	55,5%	52,4%	59,7%	53,3%	51,0%	29,4%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

As redes sociais, como sabemos, para além das potencialidades de conetividade, interação, criação de perfil individual, navegação em tempo real e virilidade dos conteúdos, apresentam diferentes características de acordo com o tipo de público, designadamente, jovens, adultos e idosos. A tabela seguinte apresenta o nível de utilização de cada rede social por região. Todavia, tal como já referimos anteriormente, o Facebook e o WhatsApp ocupam o topo das preferências dos participantes neste estudo.

Tabela 19 – Redes sociais mais utilizadas por região (NUTS II)

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Facebook	75,4%	80,5%	74,2%	87,5%	81,0%	88,2%	89,5%
Instagram	57,9%	61,2%	66,1%	66,7%	60,3%	82,4%	60,5%
Twiter	10,7%	13,4%	15,1%	10,4%	6,9%	0,0%	7,9%
TikTok	12,3%	9,1%	18,8%	7,9%	10,5%	29,4%	13,2%
Youtube	56,5%	59,6%	68,1%	59,2%	61,7%	35,3%	63,2%
LinkedIn	18,1%	17,6%	26,3%	19,2%	12,7%	11,8%	5,3%
Tinder	0,8%	0,3%	1,7%	0,4%	0,6%	29,4%	2,6%
WhatsApp	90,1%	87,0%	94,4%	92,1%	87,6%	82,4%	78,9%
Snapchat	3,7%	2,6%	5,9%	1,7%	1,4%	0,0%	5,3%
WeChat	0,3%	0,0%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%

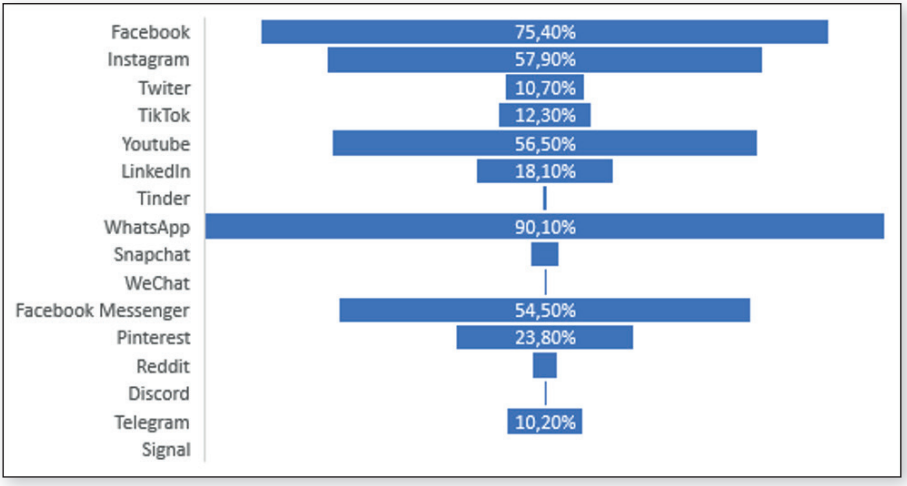
	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Facebook Messenger	54,5%	56,7%	49,9%	62,5%	60,3%	35,3%	57,9%
Pinterest	23,8%	22,8%	24,9%	25,8%	21,5%	5,9%	21,1%
Reddit	3,4%	1,3%	3,1%	0,8%	2,2%	0,0%	0,0%
Discord	0,3%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Telegram	10,2%	9,1%	9,2%	9,6%	9,4%	0,0%	2,6%
Signal	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,6%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Como anteriormente referido, os participantes não utilizam em exclusivo uma determinada rede social. Nos seus computadores, smartphones ou tablets estão instaladas mais do que uma aplicação, o que lhes permitem uma diversidade de interações com os ecrãs. Nas figuras que a seguir apresentamos, constatamos a prevalência das redes do grupo Meta: Facebook, Instagram, WhatsApp e Facebook Messenger.

Na região norte o WhatsApp recebe 90,10% das preferências, seguindo-se o Facebook (75,40%) e o Instagram (57,90%). O Youtube é a quarta rede social mais utilizada, com 56,50% de preferências.

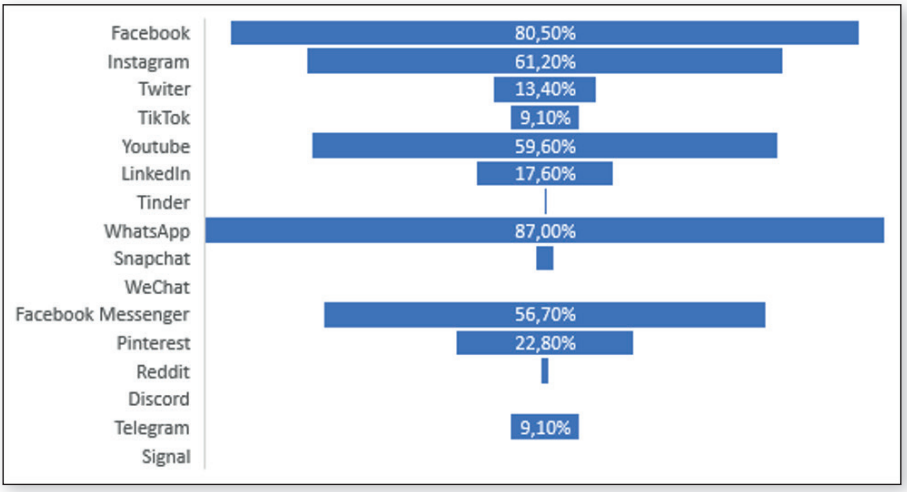
Figura 21 – Redes sociais utilizadas na região Norte (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A região Centro apesar de seguir a tendência da região norte, é o WhatsApp que recolhe 87,00% das preferências, seguindo-se o Facebook (80,50%) e o Instagram (61,20%). O Youtube é, também, a quarta rede social mais utilizada, com 59,60% de preferências.

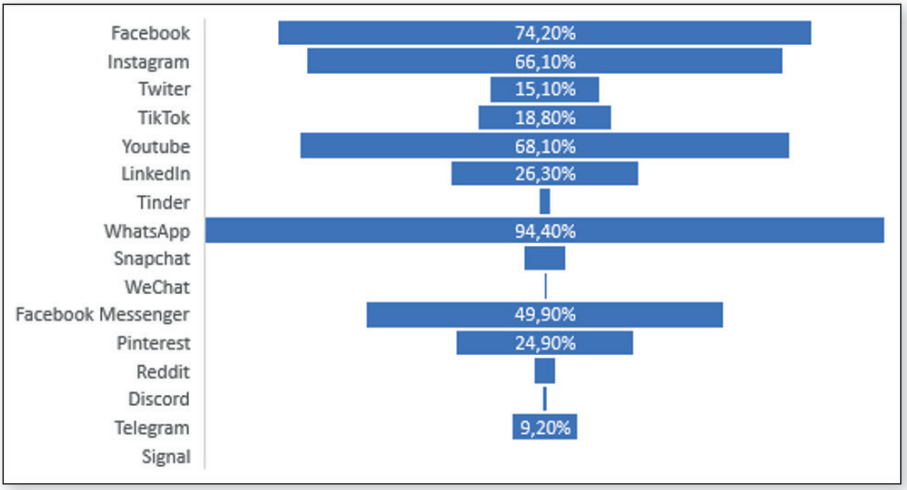
Figura 22 – Redes sociais utilizadas na região Centro (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os participantes da área Metropolitana de Lisboa também colocam o WhatsApp como a rede mais utilizada (94,40%), sendo a região que apresenta uma maior expressão na sua utilização. O Facebook, ainda que seja a segunda rede mais utilizada, é, também, comparativamente com as outras regiões, aquela onde se regista uma menor frequência. Na AML o Youtube é a terceira rede mais utilizada (68,10%), seguindo-se o Instagram com 66,10%. É também na AML que o Linkedin ocupa a maior expressão a nível nacional, designadamente 26,30%.

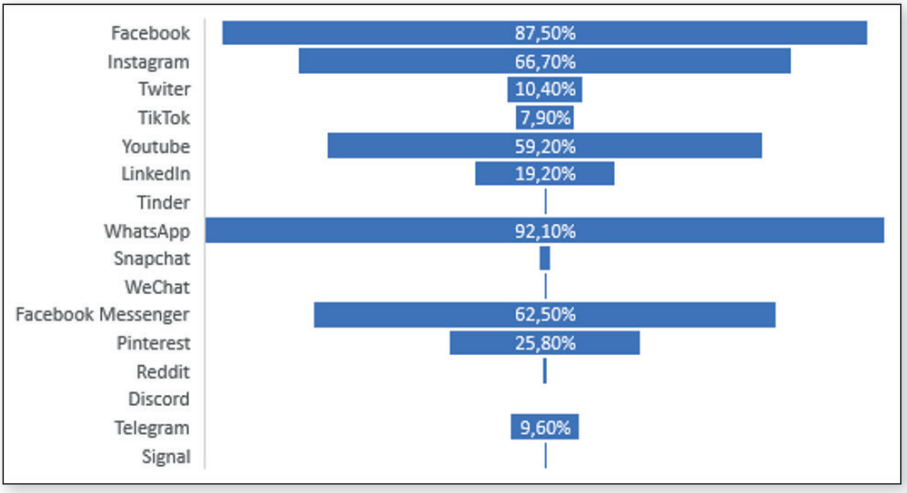
Figura 23 – Redes sociais utilizadas na AML (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A região Alentejo está alinhada com os resultados que se registaram na região norte e centro do país. O WhatsApp é a rede mais utilizada com 92,10%, seguindo-se o Facebook (87,50%) e Instagram (66,70%).

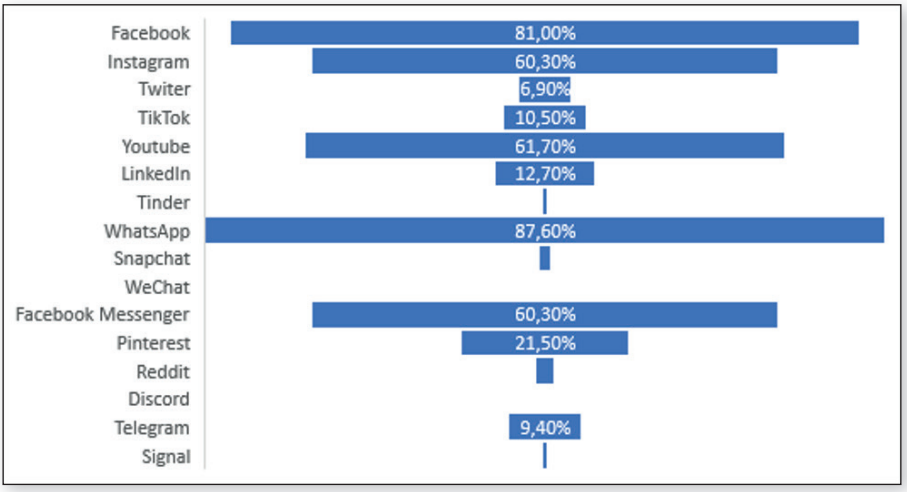
Figura 24 – Redes sociais utilizadas na região Alentejo (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os dados da região Algarve permitem encontrar um modelo de utilização de redes sociais no continente em que o WhatsApp é uma rede amplamente generalizada entre os participantes, seguindo-se o Facebook e o Instagram como redes sociais de grande utilização.

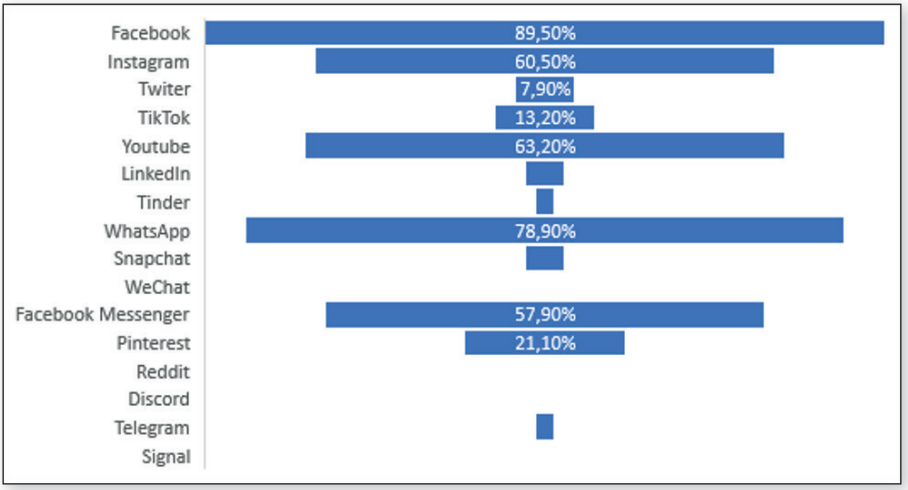
Figura 25 – Redes sociais utilizadas na região Algarve (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A RA do Açores apresenta outro tipo de configuração. O Facebook é a rede social mais utilizada pelos participantes (89,50%), seguindo-se o WhatsApp (78,90%) e o Youtube (63,20%). O Instagram ocupa a quarta posição com 60,50% de utilizadores.

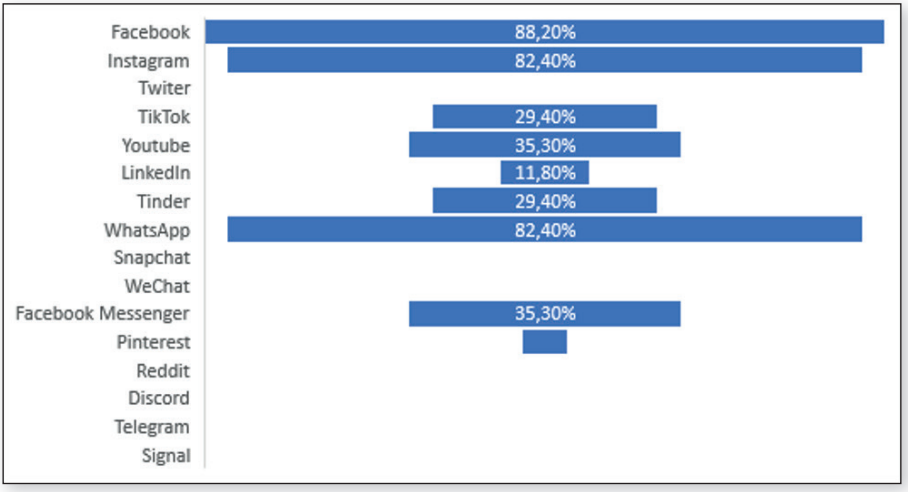
Figura 26 – Redes sociais utilizadas na RA Açores (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Na RA da Madeira o Facebook é a rede social mais utilizada (88,20%), seguindo-se o WhatsApp e o Instagram com 82,40% para ambos.

Figura 27 – Redes sociais utilizadas na RA Madeira (n=1704)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os resultados da utilização regional de redes sociais permitem verificar que as redes sociais WhatsApp, Facebook, Instagram e Youtube ocupam as preferências dos utilizadores. Todavia, importa também notar que há redes que, ainda que não tenham grande expressão (Reddit, Discord, Telegram, Signal, WeChat), foram mencionadas por alguns participantes no estudo. O TikTok é uma rede que se encontra numa fase de crescente popularidade em todas a regiões, sobretudo junto dos mais jovens e foi na RA da Madeira onde se verificou a maior taxa de utilização (29,4%).

Relativamente às finalidades de utilização dos ecrãs, os dados da Tabela 31 (em anexo), relativos à região Norte, colocam o acesso ao correio eletrónico como uma das principais finalidades na utilização em todos os grupos etários, sendo a classe etária de "65 ou mais anos" a que regista uma menor utilização (83,3%). A atividade profissional, com exceção do grupo etário de "24 ou menos anos", apresenta resultados muito significativos nos participantes que se encontram em idade ativa no mercado de trabalho. Se associarmos estas duas finalidades de utilização das redes sociais nas classes etárias que se situam entre os 25 e os 64 anos, verificamos que as pessoas que se encontram em idade ativa para participarem no mercado de trabalho, são fortes utilizadores dos ecrãs, havendo aqui, um potencial risco de dependência, inerente às configurações da atividade profissional.

Igualmente, na região Norte, verificamos que o grupo etário de "24 ou menos anos" apresenta resultados muito significativos nas finalidades associadas ao lazer, designadamente, ver TV, filmes, vídeos e ouvir música (93,8%), lazer e diversão (90,6%), e utilizar as redes sociais (90,6%). É também neste grupo etário que se situa a maior relevância de utilização dos ecrãs para fins de estudo e pesquisa (96,9%) aliás, é a finalidade mais expressiva deste grupo.

Na região Centro (Tabela 32, em anexo), o modelo de utilização dos ecrãs é muito semelhante ao referido anteriormente. O acesso ao correio eletrónico e a utilização da internet para efeitos de atividade profissional, ocupa o topo das preferências. Contudo, nesta região, comprar produtos e serviços, sobressai com 81,8% e 86,8%, nos grupos etários de "24 ou menos anos" e "25 a 34 anos". A dimensão lúdica de utilização da internet apresenta uma

maior relevância no grupo etário de "24 ou menos anos": ver TV, filmes, vídeos e ouvir música; lazer e diversão; utilizar as redes sociais, ambas as categorias com 90,9%. Estudar e pesquisar também é das finalidades que mais se destacam neste grupo etário, com 90,6%.

A Área Metropolitana de Lisboa (Tabela 33, em anexo), verifica-se, igualmente, uma forte presença da utilização do acesso ao correio eletrónico e da atividade profissional como as principais finalidades de utilização dos ecrãs. Na tabela seguinte, também podemos verificar que há diferenças nas finalidades entre os utilizadores com "24 ou menos anos" e os restantes grupos etários, sobretudo com a prevalência de uma dimensão mais lúdica e académica no grupo dos participantes mais jovens.

É região Alentejo (Tabela 34, em anexo) onde os valores da atividade profissional e do acesso ao correio eletrónico apresentam um maior relevo, com 100% em vários grupos etários. A utilização de redes sociais, no grupo etário de "24 ou menos anos", apresente uma expressão de 100%, a mais alta do continente pois, nas regiões autónomas, encontramos, também, este valor. Na região Alentejo e Algarve, verifica-se também, neste grupo etário, os valores mais baixos da finalidade "estudar/pesquisar". A utilização de redes sociais, na região Alentejo tem, também, a maior expressão do continente.

As duas NUT a sul do Tejo apresentam, tendo em conta os grupos etários, um modelo muito semelhante. Contudo, é no Algarve que a utilização dos ecrãs para efeitos de lazer e diversão ocupa a maior expressão (100%).

Nas regiões autónomas da Madeira e dos Açores (Tabelas 36 e 37, em anexo) os resultados por grupo etário encontram-se muito polarizados, com vários grupos a obterem respostas nos 100%. Contudo, atendendo a que a amostra de participantes é reduzida, não nos parece aceitável desenvolver grandes extrapolações.

A leitura de jornais e revistas apresenta valores reduzidos nos participantes mais jovens, oscilando entre os 22,6% na Área Metropolitana de Lisboas e 37,5% na região Norte. Outra nota que importa destacar na utilização de ecrãs, reside na tendência descreste de utilização das redes sociais à medida que subimos no grupo etário, isto é, quanto mais elevada a idade, menor o nível de utilização em todas a regiões.

A informação sobre destinos e viagens é característica dos grupos etários que se encontram em idade ativa de trabalhos (25 a 64 anos). Com exceção da região Alentejo que apresenta a menor expressão nesta finalidade, as restantes apresentam valores bastante significativos.

As compras online são uma característica dos grupos etários mais jovens (24 e menos anos/25 a 34 anos), sendo a região Norte onde se verifica uma maior expressão nesta finalidade.

A utilização dos ecrãs por escolaridade, na região norte (Tabela 38, em anexo), permite identificar que independentemente do nível de escolaridade, a desenvolvimento da atividade profissional e o acesso ao correio eletrónico, constituem as finalidades mais referenciadas. Verificamos também, que quanto menor é o nível de escolaridade, maior é a utilização das redes sociais: ensino básico (80,0%), ensino secundário (74,0%) e ensino superior (70,8%).

Na região Centro (Tabela 39, em anexo) os participantes com o nível de escolaridade secundário e superior apresentam, na atividade profissional e no acesso ao correio eletrónico, uma maior expressão. Contudo, ao nível do lazer e diversão, os participantes com ensino básico recorrem com regularidade aos ecrãs com esta finalidade. Nesta região, a utilização de redes sociais ocupa uma maior expressão nos utilizadores com o nível secundário e o nível superior, respetivamente, 70,6% e 70,8%.

Na área metropolitana de Lisboa (Tabela 40, em anexo), com exceção do acesso ao *home banking* e dos encontros amorosos, com 25% e 0%, respetivamente, todas as outras finalidades dos participantes com o ensino básico estão entre os 50% e os 100%. Todavia, nos participantes com o ensino secundário, o acesso ao correio eletrónico (85,7%) e a atividade profissional (70,4%), são as finalidades que mais se sobressaem. Igualmente, nos participantes com ensino superior, verifica-se, também, a presença destas finalidades como as mais significativas, respetivamente 94,9% para o acesso ao correio eletrónico, e 84,3% para a atividade profissional, acrescendo a utilização de redes sociais com 80,8%.

Na região Alentejo (Tabela 41, em anexo) o acesso ao correio eletrónico e a atividade profissional são a principal finalidade de utilização dos ecrãs em todos os níveis de escolaridade. O Algarve (Tabela 42, em anexo) segue a mesma tendência da região Alentejo.

Nas regiões autónomas da Madeira e Açores (Tabelas 43 e 44, em anexo) o lazer e diversão e a utilização de redes sociais são as principais finalidades na utilização dos ecrãs. Contudo, no Açores, a utilização de jogos online, no ensino básico e secundários, atinge a maior expressão em todos os participantes, respetivamente 100% e 25%.

A utilização dos ecrãs por estado civil (Tabelas 45 a 51, em anexo) consta-se que, independentemente do estado civil, a atividade profissional e o acesso ao correio eletrónico, são as principais razões de utilização em todos os estados. Verifica-se também, em todas as regiões que fazer compras online, aceder ao *home banking* destacam-se nas rotinas dos participantes que se encontram no estado civil de solteiro/a.

Em suma, a utilização dos ecrãs por escolaridade exprime a utilização das finalidades *home banking* e acesso ao correio eletrónico como uma característica dos utilizadores com formação de nível superior. Estudar e pesquisar, à medida que subimos nos níveis de escolaridade, também há uma progressão na utilização dos ecrãs, ou seja, quanto maior é a escolaridade, maior é a propensão para a utilização dos ecrãs.

A situação perante o trabalho (Tabela 52 a 58, em anexo) verificam-se diferenças significativas entre os estudantes, cujas principais finalidades são lazer, diversão, utilização das redes sociais e estudar/pesquisar.

Na utilização de ecrãs por escalão de rendimentos (Tabela 59 a 66, em anexo) verifica-se uma maior expressão de todas a finalidades à medida que vamos progredindo no escalão de rendimentos. Todavia, no caso dos participantes sem rendimentos, que são sobretudo estudantes, há uma maior utilização lúdica em todas a regiões, prevalecendo a utilização de redes sociais e a utilização dos ecrãs como finalidade de lazer e diversão.

8. O COMPORTAMENTO FACE AOS ECOSSISTEMAS DIGITAIS: APLICAÇÃO DOS CRITÉRIOS DE YOUNG (1998)

A vida nos ecrãs faz parte das rotinas do quotidiano e resulta de um conjunto de interações inerentes a rotinas profissionais, académicas e de lazer. A fronteira entre comportamento normal e patológico (aqui entendido como aditivo) é algo muito ténue, difícil de assinalar e de uma complexidade muito grande se atendermos que as nossas rotinas estão, cada vez mais, imbricadas nos ecossistemas digitais.

O comportamento patológico na utilização dos ecrãs é um fenómeno social muito complexo, multisistémico e multidimensional. A simples utilização não gera preocupação, ao contrário da utilização descontrolada que se traduz num comportamento aditivo. A partir do momento que a relação com os ecrãs entra numa espiral de descontrolo e pressupõem efeitos negativos no bem-estar da pessoa, em impactos a nível psicológico, social, físico, profissional e familiar, estamos perante um comportamento que deve suscitar preocupação.

A prevalência dos critérios da escala de Young (1998) aplicada à utilização da internet por região (NUTS II) existe uma harmonização dos resultados pelas diferentes regiões e critérios. Todavia, há nuances que importam diferenciar.

A preocupação com o que se passa na internet e a necessidade de estar online regularmente, varia entre 57,3% e 81,6%, respetivamente no Algarve e no Açores. As restantes regiões apresentam, todas, valores na ordem dos 60%, facto que consubstancia uma significativa necessidade de estar online. Contudo, é na Madeira que se verificam variações mais significativas nos critérios "tempo para obter satisfação", "esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet" e "situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair", respetivamente, 52,9%, 52,9% e 47,1%.

Comprometer ou arriscar a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet, com exceção da Madeira, apresenta valores pouco

expressivos, que oscilam entre 1,7% e 5,3%, correspondentes ao Alentejo e Açores. Contudo, na Madeira, este critério atinge os 23,5%. Se aliarmos os critérios "sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online" e "já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet", com 58,8% e 41,2%, podemos inferir que na Madeira, comparativamente com as restantes regiões do país, parece haver um uso descontrolado na utilização da internet. Nestes critérios, as restantes regiões apresentam valores modestos e pouco expressivo, facto que nos permite chegar a esta análise.

A utilização da internet como forma de "escape" ou para aliviar o estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão) é o segundo critério mais expressivo, com valores situados entre os 39,7% (Algarve) e os 52,9% (Madeira).

Tabela 20 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) aplicada à utilização da internet por região (NUTS II)

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	68,3%	62,2%	64,1%	65,8%	57,3%	64,7%	81,6%
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	12,3%	14,7%	10,1%	11,3%	11,3%	52,9%	23,7%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	14,1%	11,1%	15,1%	13,8%	14,3%	52,9%	21,1%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	20,7%	16,6%	26,3%	15,0%	19,3%	47,1%	44,7%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	2,9%	2,9%	3,4%	1,7%	2,5%	23,5%	5,3%

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	31,2%	23,5%	32,5%	29,6%	23,4%	58,8%	31,6%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	6,3%	2,9%	5,3%	5,8%	2,8%	41,2%	7,9%
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	41,6%	43,6%	49,3%	43,3%	39,7%	52,9%	42,1%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A adaptação dos critérios da escala de Young (1998) à utilização das redes sociais, e comparativamente aos dados da tabela anterior, sobre a internet, apresenta valores ligeiramente menos expressivos. Todavia, os critérios "Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente" e "Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)", são os mais expressivos.

A preocupação com o que se passa nas redes sociais e a necessidade de estar online regularmente, oscila entre os 35,5% e os 52,9%, respetivamente no Algarve e na Madeira. Acompanhando a tendência já descrita na utilização da internet, a Madeira, também na utilização das redes sociais, revela, em todos os critérios, uma maior prevalência em relação às restantes regiões.

Com exceção da Madeira, a necessidade de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação e os esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais apresentam valores modestos. Contudo, a perda

da noção do tempo nas redes sociais e não conseguir desligar, no continente, tem valores que oscilam entre 13,3% (Alentejo) e 17,5% (Norte). As regiões autónomas, neste critério, apresentam valores significativos, designadamente 47,1% (Madeira) e 36,8% (Açores).

Comprometer ou arriscar a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais é um critério pouco expressivo nos participantes deste estudo. Porém, tal como referido anteriormente, a Madeira (35,3%), apresenta valores muito superiores aos das restantes regiões, que oscilam entre 1,4% e 7,9%. O cenário repete-se no critério "Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais".

O critério "Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais" é o terceiro mais significativo. Aqui, registamos uma diferença entre as regiões autónomas (mais expressivo) e o continente (menos expressivo).

A utilização das redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão), e tal como na internet, vem confirmar que a interação digital ocupa uma função de escape na vida dos participantes no estudo, sobretudo os residentes nas regiões autónomas.

Tabela 21 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) aplicada à utilização das redes sociais por região (NUTS II)

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	40,1%	40,7%	46,5%	42,9%	35,5%	52,9%	50,0%
Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	6,5%	5,5%	4,8%	5,0%	2,2%	47,1%	10,5%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	9,7%	5,2%	11,5%	10,4%	8,5%	47,1%	13,2%

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	RAM	RAA
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	17,5%	13,4%	22,4%	13,3%	15,4%	47,1%	36,8%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	2,4%	2,6%	3,6%	2,1%	1,4%	35,3%	7,9%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	20,7%	16,0%	25,8%	21,3%	15,2%	58,8%	31,6%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	5,2%	2,6%	5,0%	6,7%	2,5%	47,1%	10,5%
Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	39,5%	37,1%	45,9%	37,9%	37,7%	52,9%	47,4%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os critérios da escala de Young (1998), aqui utilizados para medir a interação com os ecrãs, permitem verificar que existe uma preocupação significativa com o que se passa na internet e nas redes sociais, facto que estimula os participantes no estudo a estarem online regularmente. Igualmente, a utilização da internet e das redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão) surge como o segundo critério mais significativo e preocupante.

Em termos de diferenciação regional, podemos identificar, à priori, uma distinção entre a dinâmica de utilização do continente (mais moderada) e das regiões autónomas (menos moderada). Contudo, importa aprofundar os dados, exercício que fazemos de seguida.

8.1 Necessidade de estar online: participantes com situação de dependência de ecrãs

As 1704 pessoas residentes em Portugal e utilizadoras de internet e das redes sociais que participaram neste estudo apresentam vários critérios da escala. Contudo, tal como referido anteriormente, consideramos com propensão para a dependência de internet e redes sociais os participantes que reunissem pelo menos 5 dos 8 critérios. A *Check-list* de Young (1998) sobre os critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI), inclui a presença de cinco ou mais dos seguintes itens:

1. Preocupação excessiva com internet;
2. Necessidade de aumentar o tempo online (conectado) para obter a mesma satisfação;
3. Exibir esforços repetidos para diminuir o tempo de uso de internet;
4. Presença de irritabilidade ou depressão;
5. Quando o tempo de internet é restringido apresenta labilidade emocional (internet como forma de regulação emocional);
6. Permanecer mais conectado (online) que o programado;
7. Trabalho e relações sociais em risco pelo uso excessivo;
8. Mentir aos outros a respeito da quantidade de horas online.

No contexto destes critérios, os indivíduos que responderam "sim" a cinco ou mais dos critérios foram classificados como utilizadores de internet viciados (Dependentes) e os restantes foram classificados como utilizadores normais da internet (Não Dependentes) para efeitos deste estudo. Tal como referimos na metodologia, procedemos também, com a devida adaptação, destes critérios para o uso das redes sociais.

Para a fase de entrevistas disponibilizaram-se 634 pessoas (37,2%). Na triagem dos participantes que tinham pelos menos os 5 critérios, obtivemos 40 que podiam ser considerados nesta abordagem, o que equivale a 2,34% dos participantes. Na desagregação destes participantes verificamos que 36 participantes apresentam dependência da internet e 23 participantes de redes sociais (Figura 28) e, destes, há 18 participantes que apresentam, simultaneamente, dependência de ambas. Contudo, se dos 5 critérios ampliássemos para 4, teríamos obtido 256 pessoas com dependência de internet e 173 com dependência de redes sociais, facto que nos deve alertar para uma situação de potencial risco, ou de risco em crescimento.

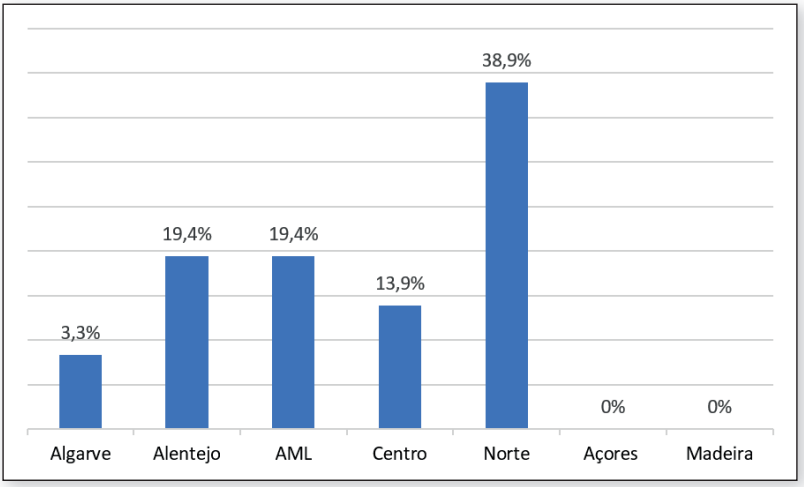
Figura 28 – Tipo de dependência

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Importa também considerar que das 1704 pessoas que participaram neste estudo, em cada 100 participantes, há dois que apresentam pelo menos uma dependência, situação que se repete para a dependência de internet. No caso da dependência de redes sociais, em cada 100 participantes, há 1 que apresenta esta dependência. No caso dos participantes que apresentaram critérios para estar em ambos os grupos de dependência, verificou-se 1 em cada 100 participantes.

Na desagregação dos participantes com dependência por região, conforme a figura seguinte, é a região norte do continente que se situa 38,9% dos participantes, seguindo-se o Alentejo e a Área Metropolitana de Lisboa, ambas com 19,4%. As regiões autónomas dos Açores e da Madeira não têm participantes nesta situação.

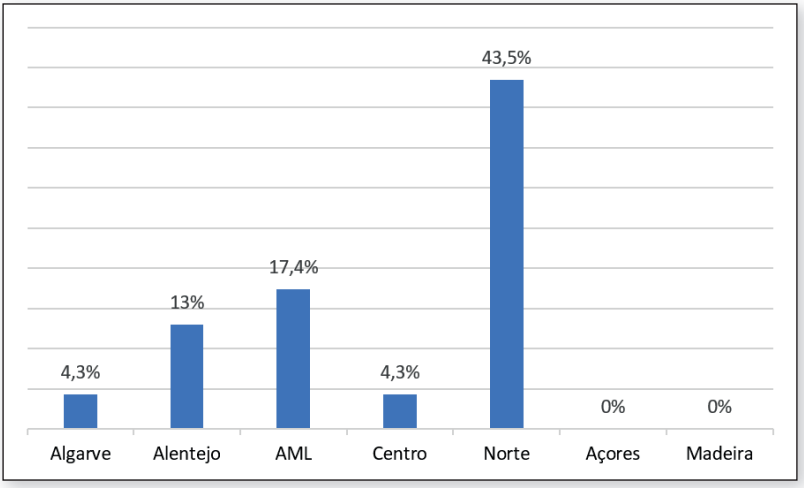
Figura 29 – Distribuição da dependência internet



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A utilização das redes sociais, nos termos do que apresentamos na figura seguinte, revela-nos que, também, é a região Norte onde se situa o maior número de participantes com dependência de redes sociais 43,5%, quase metade destes participantes. A Área Metropolitana de Lisboa surge na segunda posição, com 17,4%, seguindo-se o Alentejo com 13%.

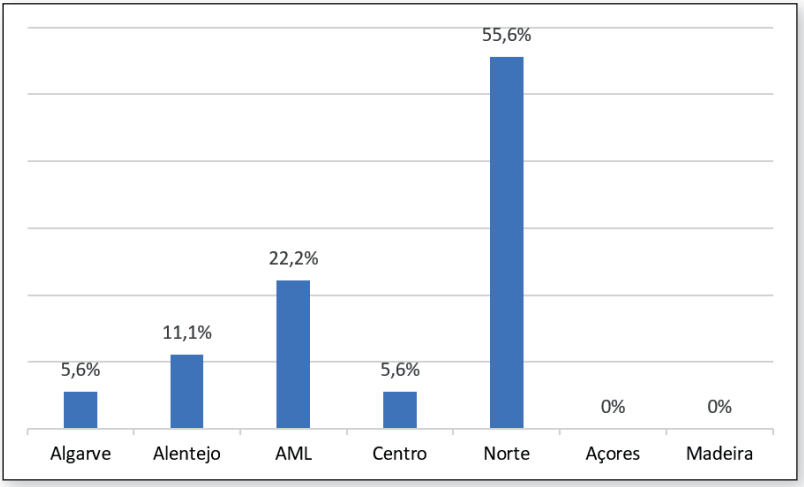
Figura 30 – Distribuição da dependência de redes sociais



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Entre os 18 participantes que apresentam, cumulativamente, dependência de internet e de redes sociais, 55,6% estão na região Norte, 22,2% na Área Metropolitana de Lisboa e 11,1% no Alentejo. A região do Algarve e do Centro apresentam 5,6%, conforme a figura seguinte.

Figura 31– Distribuição de participantes com as duas dependências



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Em suma, o Norte e a Área Metropolitana de Lisboa são as regiões onde a dependência de internet e de redes sociais registam uma maior incidência.

8.2 Necessidade de estar online: os critérios da escala de Young aplicados aos participantes

A utilização da internet e das redes sociais dos participantes neste estudo apresenta, como vimos, níveis muito elevados. A preocupação com o que acontece na internet e nas redes sociais é, em ambos os casos, mais elevada no género masculino, mas é o género feminino que utiliza a internet e as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex. º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão). Os critérios da escala de Young (1998), são apresentados de forma descritiva na tabela seguinte.

Também é o género masculino que revela um sentimento de irritação e ansiedade quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online, respetivamente 29,7% e 27,9% para o género feminino. Esta questão, no contexto das redes sociais, apresenta valores idênticos para ambos os géneros (20,3%).

A perda de noção do tempo na internet e a dificuldade em "sair" é, também, ligeiramente superior no género masculino, respetivamente 22,7% e 20,1%. Todavia, no que concerne à utilização de redes sociais, esta dificuldade é mais acentuada no género feminino, respetivamente 17,4% e 17,1%.

Tabela 22 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) tendo por base o género

		Fem.	Masc.		Fem.	Masc.
Internet	Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	61,4%	71,7%	Redes sociais	40,4%	44,2%
	Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	11,1%	16,9%		4,7%	7,0%
	Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	13,7%	15,5%		9,1%	10,4%
	Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	20,1%	22,7%		17,4%	17,1%
	Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	2,2%	5,3%		1,9%	5,6%
	Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	27,9%	29,7%		20,3%	20,3%
	Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	4,2%	7,2%		4,0%	7,0%
	Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	45,8%	36,5%		42,7%	31,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os critérios da escala de Young (1998) para a utilização da internet por escalão etário vêm de demonstrar que os participantes no estudo com menos de 24 anos e dos 25 a 34 anos apresentam valores que se destacam dos restantes participantes. Como podemos observar na tabela seguinte, a variável "Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente", tem uma variação entre os 60,9% e os 73,6%, sendo os valores mais elevados nos dois escalões mais jovens.

As "situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair" e as situações em que se sente "irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online", apresentam os valores mais elevados no escalão etário de "24 anos ou menos". Se associarmos a variável "utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)" constatamos também que são os dois escalões etários mais jovens que apresentam os valores mais significativos, respetivamente 72,9% e 66,5%. Assim, podemos constatar que há uma utilização mais acentuada da internet nos dois escalões etários mais baixos, facto que se materializa numa utilização descontrolada, provocadora de estados de irritabilidade e ansiedade pela ausência de online e, quando se encontram a "navegar", ocorrem situações de perda de noção do tempo. Apesar de tudo, os jovens fazem o maior esforço, ainda que infrutífero, para o controlo do uso da internet (34,9%). não sabemos se por serem alertados por terceiros.

Tabela 23 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por escalão etário – internet

	24 ou menos anos	**25 a 34 anos**	**35 a 44 anos**	**45 a 54 anos**	**55 a 64 anos**	**65 ou mais anos**
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	73,6%	65,4%	60,9%	63,8%	64,6%	63,4%
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	17,0%	18,4%	10,4%	12,4%	10,6%	17,1%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	34,9%	26,8%	15,7%	10,0%	6,8%	12,2%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	61,3%	39,1%	23,5%	12,9%	10,0%	7,3%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	6,6%	3,9%	4,6%	2,3%	0,6%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	61,3%	32,4%	26,7%	25,7%	22,8%	29,3%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	18,9%	8,4%	5,4%	3,5%	1,6%	0,0%
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	79,2%	66,5%	48,7%	36,1%	28,9%	14,6%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Relativamente aos critérios da escala de Young (1998) para a utilização da internet das redes sociais, mantém-se a tendência da utilização da internet. A preocupação com o que se passa nas redes sociais e necessidade de estar online regularmente é mais acentuada no escalão com menos de 24 anos de idade, com 63,2%. A perda da noção do tempo nas redes sociais e a dificuldade em conseguir sair, é também mais significativa no escalão dos "24 ou menos anos". A utilização das redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão) é também mais acentuada nos dois primeiros escalões, com 73,6% e 62,6%. Outra nota importante, e á semelhança do que se verifica na utilização da internet, o sentimento de irritabilidade e ansiedade quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não permite aceder às redes sociais, é também mais expressivo no escalão mais jovem, com 52,8%. Talvez indicando alguma dificuldade de controlo das emoções negativas, nomeadamente da frustração.

As duas tabelas de escalão etário onde aplicamos os critérios da escala de Young (1998) permitem verificar que nos participantes mais jovens existe um padrão de utilização da internet e das redes sociais mais agressivo e desequilibrado, comparativamente aos restantes. Possivelmente porque nestas faixas etárias o autoconhecimento e autorregulação emocional ainda se estejam a operar nos indivíduos.

Tabela 24 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por escalão etário – redes sociais

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	63,2%	50,8%	42,0%	36,7%	35,4%	48,8%
Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	17,9%	13,4%	5,0%	2,5%	2,6%	4,9%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	34,0%	21,2%	10,2%	4,4%	3,5%	9,8%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	60,4%	34,1%	19,3%	9,4%	7,1%	12,2%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	5,7%	4,5%	4,8%	2,0%	0,3%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	52,8%	27,9%	20,0%	15,7%	14,8%	22,0%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	17,0%	7,3%	6,3%	3,1%	1,3%	0,0%
Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	73,6%	62,6%	44,8%	33,9%	24,8%	12,2%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Quando aplicamos os critérios da escala de Young (1998) ao estado civil, encontramos, também, diferenças entre eles. A preocupação com o que se passa na internet e necessidade de estar online regularmente é uma variável que está acima dos 60% em todos os estados, com exceção do "separado/a". Contudo, os participantes que se encontram no estado civil de "separado/a", quando utilizam a internet, fazem-no como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão), com 63,2%.

Tabela 25 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por estado civil – internet

	Solteiro/a	**Casado/a**	**União de facto**	**Viúvo/a**	**Divorciado/a**	**Separado/a**
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	65,2%	65,1%	61,8%	68,2%	61,3%	31,6%
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	14,1%	13,0%	10,8%	4,5%	11,6%	0,0%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	21,8%	12,3%	13,5%	4,5%	7,7%	10,5%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	34,8%	14,0%	22,7%	4,5%	15,5%	26,3%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	4,1%	2,0%	4,8%	4,5%	2,2%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	36,8%	23,1%	29,9%	31,8%	28,2%	36,8%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	7,7%	3,4%	8,0%	4,5%	1,7%	5,3%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	55,5%	34,9%	50,6%	18,2%	43,6%	63,2%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Quando aplicamos os critérios da escala de Young (1998) ao estado civil, encontramos, também, diferenças entre eles. A preocupação com o que se passa nas redes sociais e necessidade de estar online é o critério mais referido. Neste critério, são os participantes no estado de "solteiro/a" que apresentam uma maior expressão. Igualmente, a utilização das redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico, também é uma variável bastante expressiva nas respostas e, do mesmo modo, são os participantes no estado de "solteiro/a" que apresenta uma maior expressão, designadamente 50,2%.

Possivelmente, quando estes participantes finalizam as tarefas quotidianas e laborais, contactam com sentimentos de solidão, passando a utilização da internet e das redes sociais a trazer o conforto de um pensamento ocupado.

Tabela 26 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) por estado civil – redes sociais

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	47,3%	37,7%	44,6%	40,9%	40,3%	21,1%
Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	10,0%	3,7%	4,4%	4,5%	3,3%	0,0%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	17,5%	5,9%	10,8%	4,5%	5,5%	5,3%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	29,8%	11,5%	19,9%	4,5%	11,0%	26,3%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	3,2%	1,6%	6,0%	4,5%	2,8%	5,3%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	29,1%	15,2%	22,3%	27,3%	19,3%	15,8%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	6,8%	3,5%	8,4%	4,5%	1,7%	0,0%
Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	50,2%	31,6%	48,6%	18,2%	43,1%	47,4%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

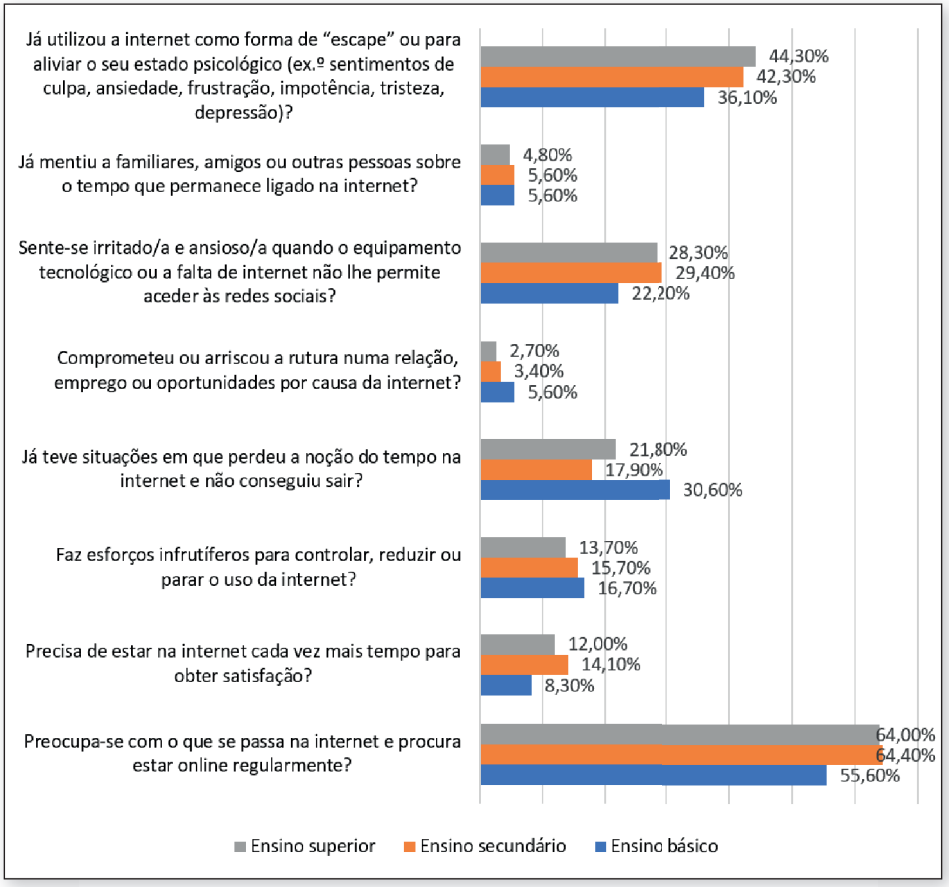
A utilização da internet está amplamente massificada junto de utilizadores com formação de nível superior, não só para atividades do quotidiano profissional, mas também para atividades da vida diária, que vão para além das rotinas profissionais. Por esta razão, não nos parece desadequado afirmar que existe uma maior tendência para que os critérios da escala de Young (1998) apresentem, aqui, uma maior expressão.

Quando aplicamos os critérios da escala de Young (1998) ao estado civil, encontramos, também, diferenças entre eles. A preocupação com o que se passa nas redes sociais e necessidade de estar atinge os 64,4% e os 64,0% no ensino secundário e no ensino superior, respetivamente. De notar também que quando a internet falha e a vida decorre offline, os participantes de nível

secundário e nível superior apresentam valores muito idênticos: 29,4% para o ensino secundário e 28,3% para o ensino superior.

É na utilização da internet como forma de "escape" que os participantes com o ensino superior apresentam valores superiores ao secundário, respetivamente 44,3% e 42,3%. Outro elemento que se destaca na figura seguinte, reside no critério "Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair" em que os participantes com habilitações de nível básico apresentam valores superiores aos restantes níveis de habilitações (30,6%).

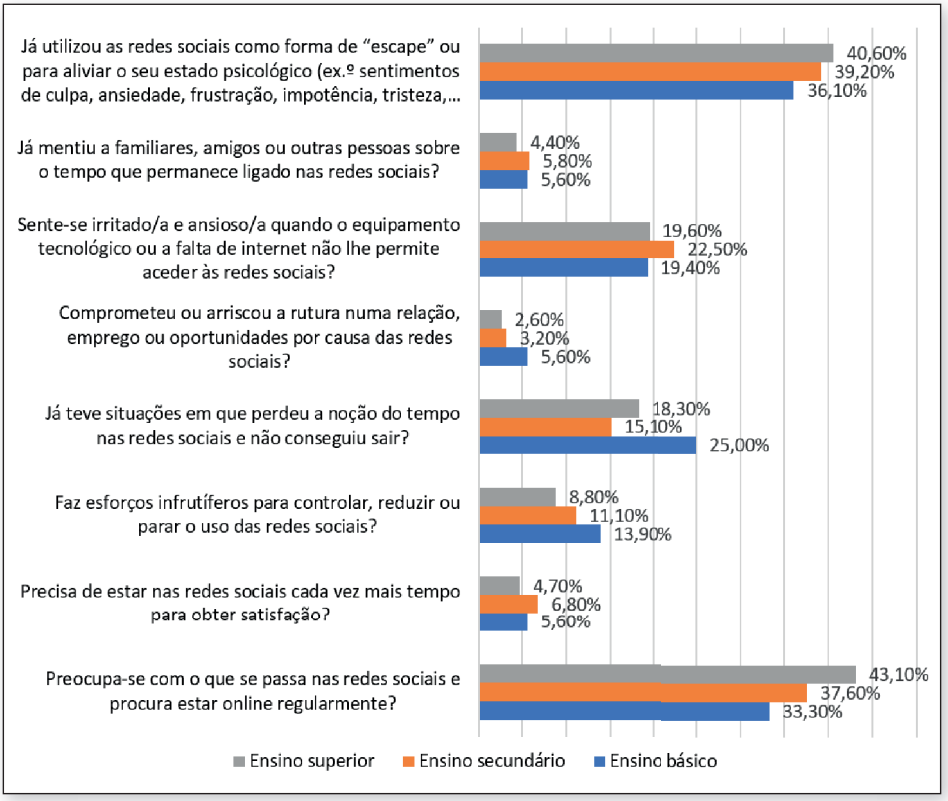
Figura 32 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – habilitações e internet



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A utilização das redes sociais, com a aplicação dos critérios da escala de Young (1998) tendo em conta as habilitações apresenta uma grande heterogeneidade nos critérios. A preocupação com o que se passa na internet e a necessidade de estar online regularmente, bem como a utilização redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o estado psicológico, apresenta os valores elevados no ensino superior, respetivamente 43,1% e 40,6%. Contudo, são os participantes do ensino básico que já tiveram situações em que perderam a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair, com 25,5%.

Figura 33 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – habilitações e redes sociais



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A situação perante o trabalho permite-nos verificar que em todas as situações se confirma uma preocupação muito significativa com o que se passa na internet e uma necessidade de estar online que oscila entre os 61,1%, nos desempregados

e 75,0% nos reformados e pensionistas. As situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair são mais expressivas nos estudantes (66,3%), situação que também se repete ao nível da irritabilidade e ansiedade quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não permite aceder à vida online (60,2%). Outro elemento que sobressai na análise está associado ao critério "Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)", no qual os 77,1% são o valor mais expressivo da tabela.

Tabela 27 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho –- internet

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	65,9%	62,6%	63,2%	61,1%	74,7%	75,0%
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	16,5%	11,0%	8,8%	22,2%	20,5%	25,0%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	18,4%	11,8%	15,8%	22,2%	37,3%	14,3%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	25,5%	16,5%	28,1%	38,9%	66,3%	10,7%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	4,9%	2,2%	1,8%	16,7%	7,2%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	36,7%	24,4%	22,8%	44,4%	60,2%	39,3%

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	8,6%	3,5%	1,8%	5,6%	20,5%	0,0%
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	51,7%	39,6%	45,6%	55,6%	77,1%	32,1%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os dados da tabela seguinte demonstram que as redes sociais ocupam uma grande centralidade na vida dos estudantes. A preocupação com o que se passa nas redes sociais e a necessidade de estar online regularmente (68,7%) e a sua utilização como forma de "escape" para aliviar o estado psicológico (72,3%), são valores que colocam os estudantes no topo das respostas. Também, o critério "Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair" apresenta uma expressão muito significativa nos estudantes (65,1%), aliada aos 51,8 do critério "Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais".

Tabela 28 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho – redes sociais

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	48,7%	37,5%	38,6%	55,6%	68,7%	57,1%
Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	9,4%	3,5%	3,5%	16,7%	18,1%	7,1%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	13,1%	7,0%	8,8%	16,7%	36,1%	10,7%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	22,8%	12,9%	19,3%	33,3%	65,1%	14,3%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	6,0%	2,1%	0,0%	11,1%	6,0%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	27,7%	16,5%	14,0%	44,4%	51,8%	32,1%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	9,4%	3,3%	1,8%	5,6%	18,1%	0,0%
Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	49,1%	36,5%	42,1%	38,9%	72,3%	17,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A análise dos escalões de rendimento com a aplicação dos critérios da escala de Young (1998) vem demonstrar que são os participantes "sem rendimento" mensal que apresentam os valores mais significativos. Os dois valores mais elevados dos critérios, "Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente" e "Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)", respetivamente 73,8% e 77,4%, ocorrem neste escalão e permitem consubstanciar a internet como um espaço de grande centralidade para estes participantes.

Importa também sublinhar que a preocupação com o que se passa na internet e a necessidade de estar online regularmente é o critério mais significativo em todos os escalões, oscilando entre 56,3% nos rendimentos até 705€ e os 73,8% no escalão "sem rendimento mensal".

Tabela 29 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) – escalão de rendimento – internet

	Sem rendimento mensal	Até 705 €	705,01€ a 1200 €	1200,01€ a 2000 €	2000,01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	73,8%	56,3%	63,4%	64,8%	66,2%	64,0%
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	23,8%	8,2%	11,7%	14,1%	11,3%	8,0%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	38,1%	15,2%	13,4%	12,9%	10,5%	8,0%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	65,5%	19,0%	21,5%	16,0%	8,3%	24,0%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	9,5%	2,5%	2,3%	3,5%	1,5%	4,0%

	Sem rendimento mensal	Até 705 €	705,01€ a 1200 €	1200,01€ a 2000 €	2000,01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online?	61,9%	25,9%	28,2%	25,8%	21,8%	28,0%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	22,6%	3,2%	3,8%	5,7%	1,5%	4,0%
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	77,4%	50,6%	45,4%	37,0%	30,1%	24,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A aplicação dos critérios de Young (1998), tendo em conta o escalão de rendimento e a utilização das redes sociais, vem demonstrar que os participantes "sem rendimento mensal" são os que apresentam valores mais expressivos nos critérios. Deste modo, os critérios, "Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente", "Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair" e "Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)", respetivamente, 69,0%, 65,5% e 71,4%, são os mais expressivos na tabela que se segue.

Tabela 30 – Prevalência dos critérios da escala de Young (1998) escalão de rendimento – redes sociais

	Sem rendimento mensal	Até 705 €	705,01€ a 1200 €	1200,01€ a 2000 €	2000,01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente?	69,0%	30,4%	39,1%	42,7%	46,6%	32,0%
Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação?	20,2%	3,8%	4,9%	4,7%	3,0%	4,0%
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais?	34,5%	11,4%	8,6%	8,0%	4,5%	4,0%
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair?	65,5%	13,9%	17,2%	14,3%	6,8%	8,0%
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais?	8,3%	1,3%	2,3%	3,7%	2,3%	0,0%
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	53,6%	19,6%	19,9%	17,4%	17,3%	8,0%
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais?	20,2%	2,5%	3,8%	5,5%	2,3%	4,0%
Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	71,4%	46,8%	42,0%	34,4%	26,3%	20,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

8.3 Normalização da dependência digital

A simples utilização da internet e das redes sociais não configura um problema de dependência digital nem de adição tecnológica. Como dissemos no início, o problema não está na utilização "normal" que entra no nosso quotidiano. Inclusivamente, podemos utilizar a internet e as redes sociais em excesso e não termo qualquer problema de utilização patológica. Por exemplo, as nossas rotinas de investigação e de escrita científica, consomem muito do nosso tempo frente a ecrãs. Todavia, somos nós que definimos quando e quanto tempo estamos perante os ecrãs e temos, sem qualquer angústia ou ansiedade, a possibilidade de desligar. Por este facto, o controlo está do nosso lado e permite-nos a inclusão do note dos utilizadores com um comportamento normal.

O que distingue o comportamento normal do comportamento patológico é o uso descontrolado e que perturba a nossa vida pessoal e social, com impacto no nosso equilíbrio mental, físico, social, financeiro e espiritual. Medir a dependência de internet e de redes sociais é um desafio complexo. A dependência de internet e de redes sociais pode ser classificada de leve, moderada ou grave e os impactos nos desempenhos do indivíduo podem variar de pessoa para pessoa.

Os critérios da escala de Young (1998) utilizados nesta investigação fornecem-nos um conjunto de informações sobre a relação dos utilizadores com a internet e as redes sociais. O quadro seguinte, faz uma correspondência entre cada um dos oito critérios e o impacto que tem na vida dos utilizadores.

Quadro 3 – Critérios da escala de Young (1998) e correspondência/impacto

Descrição do critério da escala	Correspondência/impacto
Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente?	Preocupação com a vida online
Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação?	Online como mecanismo de satisfação e prazer
Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet?	Utilização descontrolada
Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair?	Perda de noção do tempo
Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet?	Online como prioridade de vida

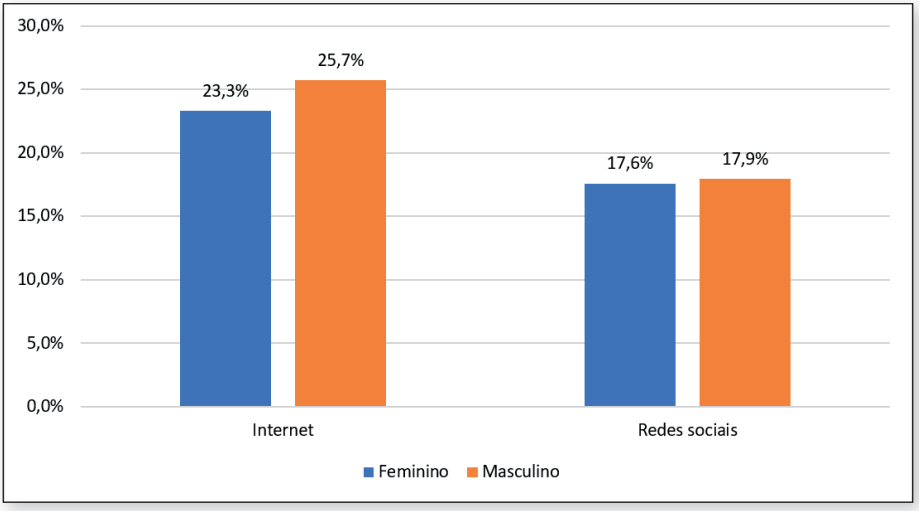
Descrição do critério da escala	Correspondência/impacto
Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais?	Síndrome de abstinência
Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet?	Fuga da realidade
Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?	Online como mecanismo compensatório

Fonte: Young (1998) e autores

As figuras seguintes, resultam de um exercício estatístico de encontrar em cada atributo a média dos oitos critérios (N= Σ 8/8).

A Figura 34 permite-nos observar que o consumo de internet e de redes sociais, em ambos os géneros, é moderado. Na utilização da internet o género masculino apresenta uma média de 25,7%, ligeiramente superior ao género feminino (23,3%), isto é, +2,4%. A utilização de redes sociais apresenta valores muito idêntico, respetivamente 17,6% e 17,9%, para género feminino e masculino. Assi, ao nível do género, não encontramos diferenças significativas no padrão de comportamento digital.

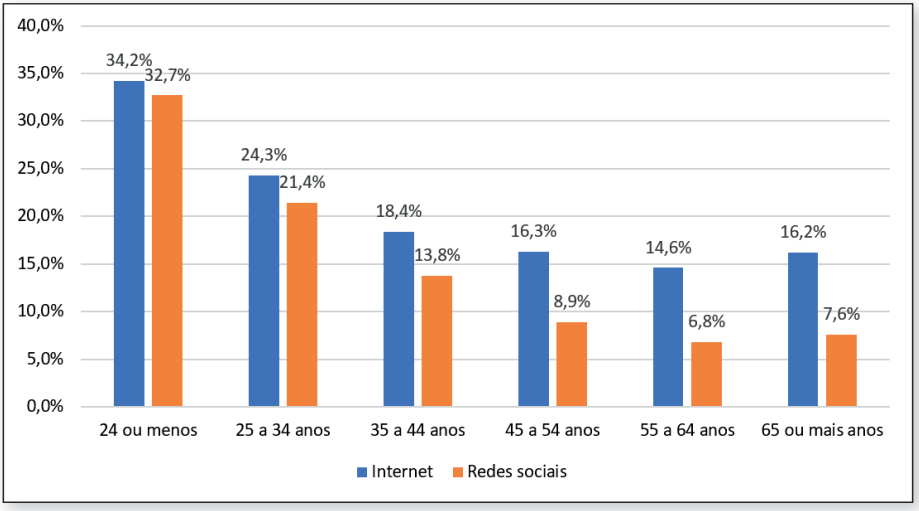
Figura 34 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – género´



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Ao contrário do género, no escalão etário encontramos diferenças bastante significativas, permitindo-nos observar uma tendência de "quanto menor a idade, maior a prevalência dos critérios". Verificamos na figura seguinte que o escalão etário dos participantes com menos "24 anos de idade" é onde se regista a maior influência dos critérios, com 34,2% e 32,7%, na internet e redes sociais. A tendência decrescente mantém-se até ao escalão dos "55 a 64 anos". No escalão dos "65 ou mais anos", verifica-se um ligeiro aumento da prevalência dos critérios, que não pode ser separado do facto de aqui se enquadrem os participantes em situação de reforma e para os quais a vida digital tem uma função lúdica.

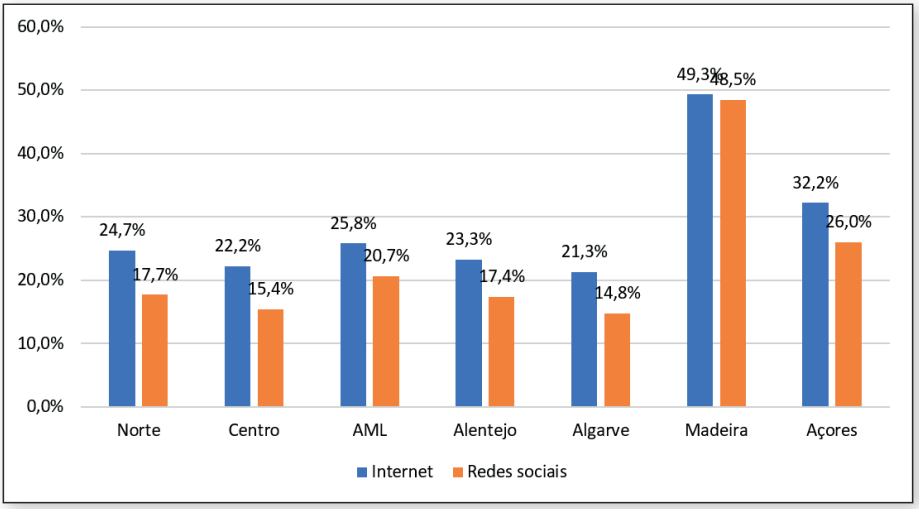
Figura 35 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – escalão etário



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A figura seguinte expõe uma diferença significativa entre o continente e as regiões autónomas. É na RA da Madeira que se verifica uma maior incidência dos critérios, com 49,3% e 48,5% na internet e redes sociais, respetivamente. No continente há uma harmonização dos critérios, ainda que a região norte e a área metropolitana de Lisboa se destaquem com uma ligeira prevalência.

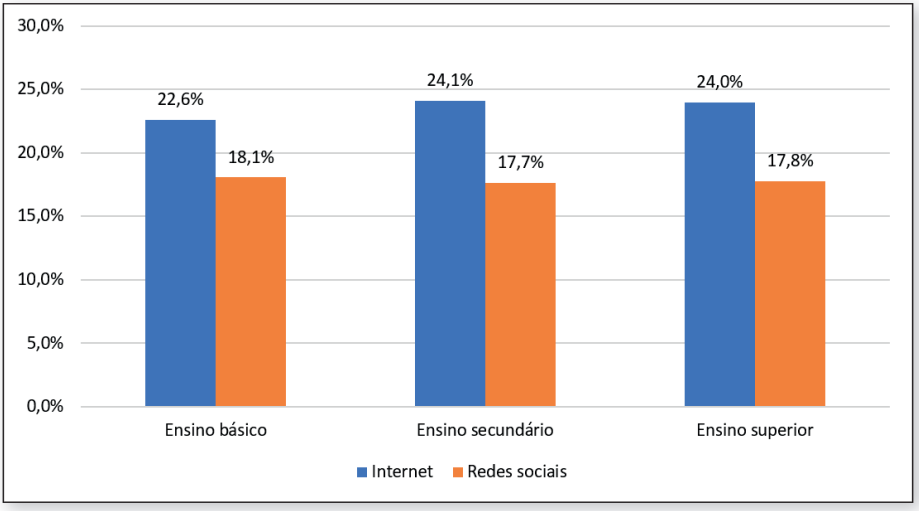
Figura 36 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – NUT II



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Ao nível das habilitações escolares, podemos verificar na figura seguinte que existe um equilíbrio dos critérios no nível básico, secundário e superior. Todavia, é no nível básico que se sobressai a utilização das redes sociais, enquanto a internet tem valores muito idênticos no nível secundário e superior (24%).

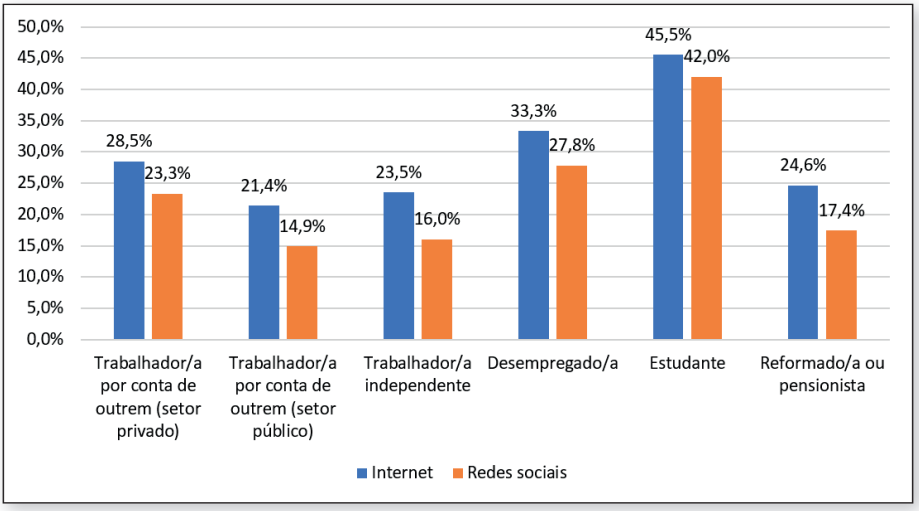
Figura 37 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – habilitações escolares



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A situação perante o trabalho vem demonstrar que há uma maior propensão para o consumo digital nos utilizadores que não têm atividade profissional. Estudantes e desempregados destacam-se na figura seguinte com a maior prevalência dos critérios. Se relacionarmos os resultados dos critérios com a situação "estudantes" e escalão etário "24 anos ou menos", verificamos que há na conjugação destes atributos um elevado potencial de risco.

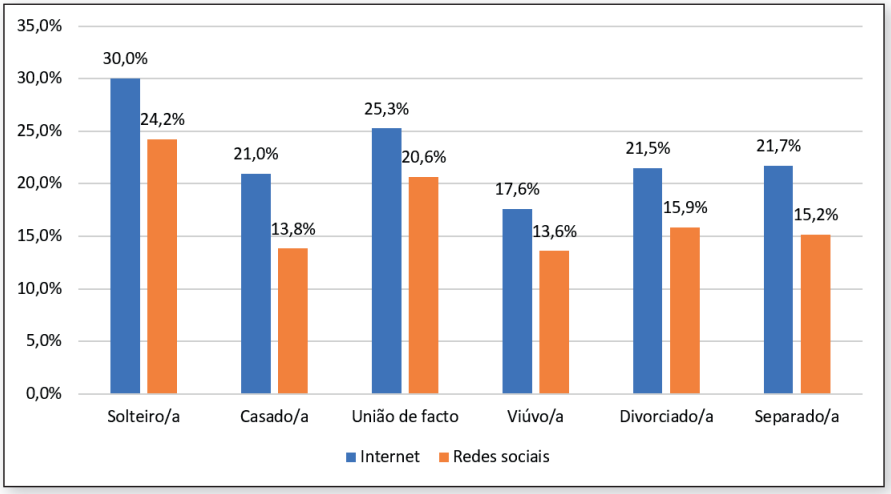
Figura 38 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – situação perante o trabalho



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os resultados do estado civil permitem observar que são, sobretudo, os participantes no com o estado civil "solteiro/a" que se destacam nos critérios. Na figura seguinte, observamos também que nos restantes estados, a internet oscila entre 17,6% e 25,3% e as redes sociais oscilam entre 13,6% e 20,6%.

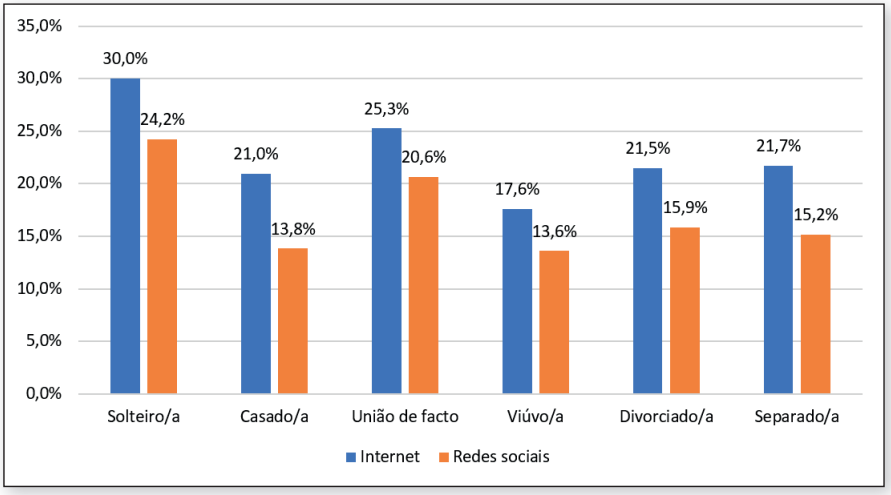
Figura 39 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – estado civil



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

O escalão de rendimento faz sobressair os participantes "sem rendimento mensal", respetivamente 46,6% e 42,8%, na internet e nas redes sociais, respetivamente. Estão neste escalão, fundamentalmente, os participantes com menos de 24 anos de idade e que se encontram a estudar. Nos restantes escalões observa-se um equilíbrio em termos de prevalência dos critérios.

Figura 40 – Taxa de critérios da escala de Young (1998) – escalão de rendimento

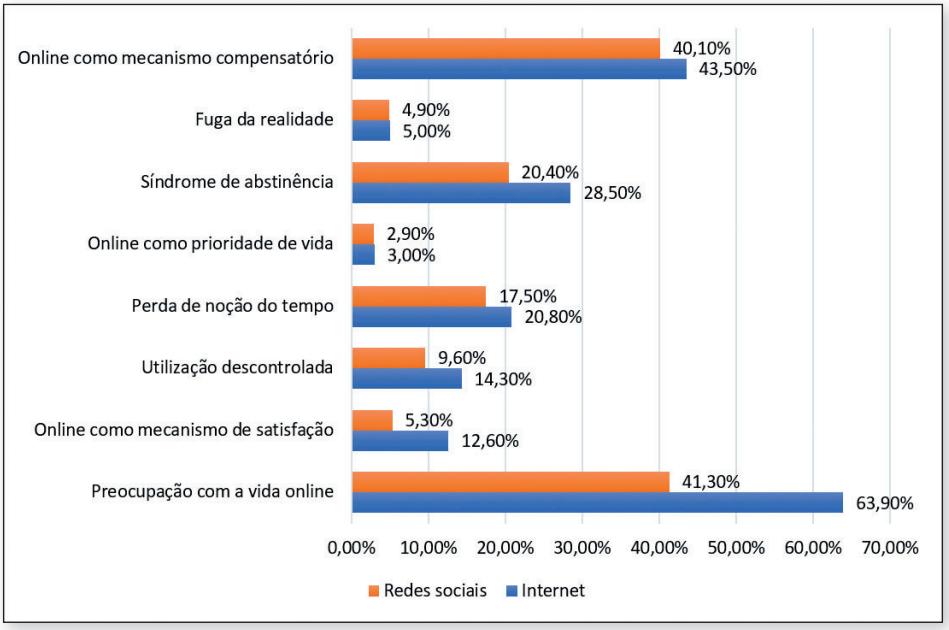


Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

A dependência, em geral, pode ser física ou psicológica. Enquanto na dependência física o corpo fica dependente de um determinado topo de substância (exº álcool e droga), a dependência psicológica apresenta um maior nível de complexidade para ser mensurável e/ou observável. Apesar de ambas implicarem sensações de reações desagradáveis, a dependência de internet e de redes sociais pressupõe a verificação de um quadro de sintomas, em que que se inserem a irritabilidade, insónias, depressão, ansiedade.

Uma das características da dependência de internet e de redes sociais é a obtenção de prazer através do *scroll*. A ligação, estar online, possibilita que o utilizador se sinta realizado. Todavia, o fator "tempo de ligação" não pode ser analisado de forma isolada. Há outros que devem ser considerados. Na figura seguinte, podemos observar a prevalência de quatro grandes fatores: preocupação com a vida online e necessidade de estar ligado; a vida online como mecanismo de promoção de satisfação; a abstinência e a perda de noção do tempo.

Figura 41 – Correspondência/impacto dos critérios de Young (1998)



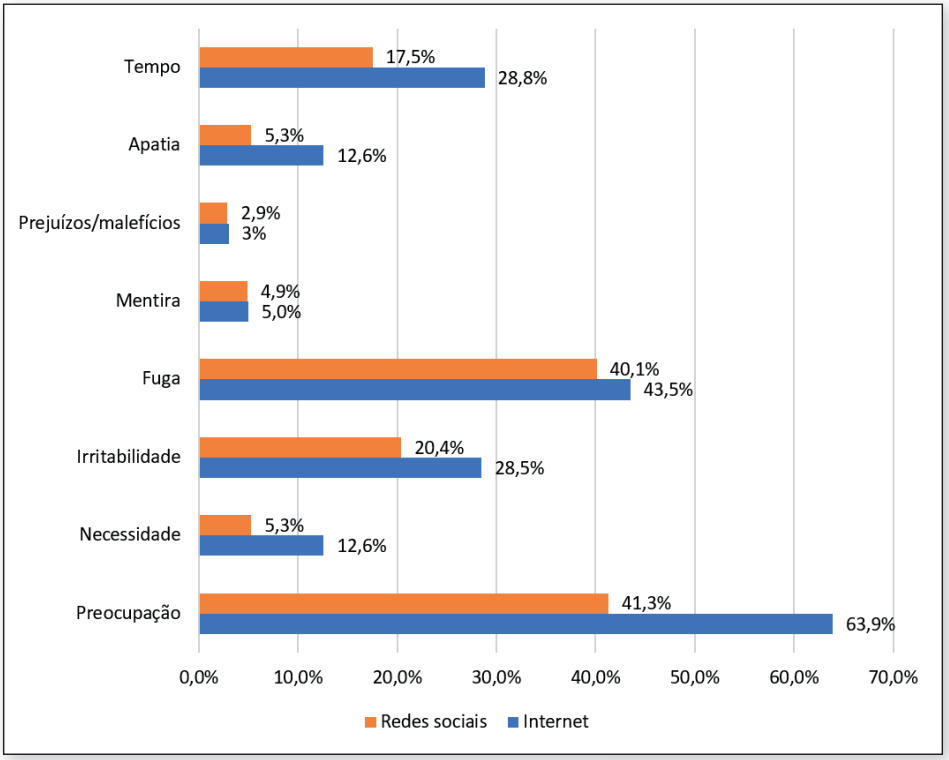
Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os dados até aqui apresentados permitem identificar diferenciações no padrão de comportamento de utilização de redes sociais. Por um lado, os jovens (24 ou menos anos), estudantes e sem rendimentos, cujo padrão de comportamento apresenta uma maior propensão para a dependência e, por outro lado, os restantes utilizadores que, ainda que permaneçam várias horas online, apresentam um nível de utilização mais moderado que termos oportunidade de discutir nas conclusões desta investigação.

A figura seguinte permite observar as características que mais se sobressaem na utilização da internet e das redes sociais. A "preocupação", que significa que dependente fica constantemente preocupado com a internet quando está *offline* e mal consegue pensar noutra coisa, ficando ansioso pela próxima oportunidade de usá-la situa-se nos 63,9% e, no caso das redes sociais, 41,3%. A segunda característica mais relevante está na "fuga" em que a internet e as redes sociais surgem como forma de fugir a problemas, ou de aliviar sentimentos de culpa, ansiedade ou depressão, respetivamente 43,5% e 40,1%.

A característica "tempo", como sinónimo de necessidade de estar ligado, também ocupa uma expressão muito significativa, com 28,8% e 17,5%, respetivamente para internet e as redes sociais.

Figura 42 – Diagnóstico de dependência (Alves, 2014)



Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Os dados apontam para um perfil de utilizador que vive em constante "preocupação" com a vida online na internet e nas redes, cujos ecrãs que funcionam como espaços de "fuga" da vida real para virtual, e que funcionam como uma zona de conforto, o qual por vezes se traduz numa absorção tão significativa que tem como consequência a perda da noção do tempo online.

9. ANÁLISE DOS HÁBITOS DE CONSUMO DE CONTEÚDOS DIGITAIS E DE COMPORTAMENTOS ADITIVOS COM SUPORTE EM TESTEMUNHOS E CASOS REAIS

Para uma melhor compreensão dos fenómenos e com base nos dados recolhidos através do inquérito por questionário, foram identificadas 40 pessoas que correspondiam a um perfil de dependência da internet e/ou das redes sociais digitais. Conforme referido anteriormente, todos os participantes que desejassem colaborar numa segunda fase do estudo poderiam deixar o seu contacto de e-mail, sem qualquer compromisso ou obrigatoriedade de participação.

9.1 Perfil de consumo digital

De acordo com as entrevistavas, a escolha das redes sociais a que acedem é condicionada pela influência de pares, aderindo e seguindo as plataformas digitais em que a maioria dos seus pares também se encontra. Os relatos sobre os motivos para a escolha das redes sociais que utilizem permitem-nos afirmar que para estas jovens as redes sociais preferidas são aquelas que possibilitam o acesso a conteúdos de consumo mais instantâneo e que obriguem a menor tempo de concentração numa determinada informação.

Maioritariamente, a rede social digital preferida é o TikTok. O WhatsApp como aplicação preferida para a comunicação através de mensagens instantâneas. Embora continuem a referir a utilização do Instagram como parte da sua rotina, esta tem perdido espaço para o TikTok, tendo uma das entrevistadas apagado a conta no Instagram. Apenas uma das entrevistadas refere que a sua rede social digital preferida é o Instagram, seguindo-se o TikTok.

Quando assistem aos vídeos de curta duração que são apresentados consecutivamente no TikTok, sentem-se bem e gostam do que assistem, quer pela

curta duração dos vídeos, quer pela seleção automatizada por via de algoritmos que selecionam os conteúdos que serão da preferência do utilizador. O objetivo da utilização das redes sociais, sobretudo do TikTok é associado ao lazer, seja como fonte de entretenimento, ou de inspiração para a organização das suas próprias atividades ou experiências.

> "Porque eu acho que são vídeos curtos que prende as pessoas e são vídeos que estão no TikTok. Eles colocam vídeos normalmente daquilo que nós gostamos, se nós metemos *like*, gosto, naquele vídeo, começam a aparecer mais vídeos daquele género. Então acaba por cativar as pessoas quando estão a ver um vídeo e acabam por querer ver o próximo e são várias coisas que normalmente usamos ou gostamos de ver. E passa o tempo rápido também no TikTok." (Sara)

O uso do Instagram e do Twitter também foram mencionados pelas entrevistadas, embora o Twitter apenas tenha sido mais valorizado por uma entrevistada que referiu a importância como fonte de informação sobre assuntos da atualidade. Quanto ao Instagram o facto de poderem acompanhar diariamente aquilo que *influencers* produzem e partilham diariamente, sobretudo no formato *stories*, parece ser o maior atrativo desta rede.

> "O que uso maioritariamente é o Instagram porque me dá para meter *stories* e onde estou e também para falar com as pessoas. Dá para ver o que as pessoas vão fazer diariamente. Para estar um bocado mais a par do que as pessoas estão a fazer. Para informação uso mais o Twitter, acho que é mais destinado a informação à cerca de vários assuntos, como agora da guerra, na Ucrânia, em Israel, contém muita informação dessa." (Teresa)

Considerando as finalidades do uso da internet e das redes sociais digitais, bem como a identificação as suas vantagens e desvantagens, passamos a apresentar uma síntese da perspetiva das entrevistadas (Quadro 4).

Quadro 4 – Vantagens e desvantagens da utilização das redes sociais digitais

Vantagens: – "Estar perto das pessoas não estando presencialmente. Consigo saber o que a pessoa está a fazer aquele momento, aquela hora, e responder logo e interagir." – "Interajo com as outras pessoas, às vezes temos os grupos para combinar certas coisas." – "Como uma fonte de me inspirar para tentar ser melhor." – "Aumentar o nosso pensamento, tanto a níveis tecnológicos, como a nível de conhecimento científico. Querer pesquisar e aprender mais." – "Para estar informada também para estar atualizada nos dias de hoje, porque qualquer pessoa utiliza." – "É de fácil acesso."
Desvantagens: – "O facto de as pessoas serem agressivas pela escrita (..) acho que é a parte agressiva das redes sociais que ainda não conseguiram controlar." – "Ainda perco muito tempo, não me consigo controlar e saber até que ponto é que devo deixar ou não." – "Acho que faz mal aos olhos (…) eu forço muito a vista a olhar para o ecrã." – "Não estou tanto tempo a falar com as pessoas, perco mais tempo nas redes sociais e às vezes até quando vamos sair com amigos estamos todos ao telemóvel (…) acaba por atrapalhar um pouco na convivência principalmente." – "Às vezes não há informação que seja mesmo fidedigna, pronto. Há muitos enganos nas redes sociais que nós acabamos por achar que é verdade e depois vamos confirmar e não é." – "O excesso de uso (...) porque às vezes acabamos por se calhar fugir um pouco à rotina, coisas que temos para fazer. As redes sociais acabam por nos distrair um bocado e acabamos por perder algum tempo." – "Há imensa coisa que é partilhada seja notícias falsas ou que são montagens, e depois aquilo gera tudo uma confusão." – "o *cyberbulling*."

Fonte: entrevistas realizadas

Quanto aos equipamentos utilizados, a preferência recai sobre o smartphone para a utilização de redes sociais, sem qualquer distinção. No entanto, quando se trata da realização de trabalhos académicos, o computador é o equipamento preferido. Em ambos os casos, sempre que possível recorrem à

utilização de w-fi, mas assumem ter os dados móveis ligados para poderem estar conectadas mesmo em sítios onde a rede wi-fi não é acessível, como por exemplo na rua ou em transportes públicos.

> "Sim, para ver o e-mail, para estar em aplicações de compras. E acho que pouco mais. Porque o resto é mais a nível académico, neste caso, porque não trabalho, é tudo em computador (…). Em casa utilizo para tudo [a internet], aplicações da faculdade, para ir pesquisar o que precisar. O google não é tanto utilizado no telefone, só se precisar de alguma coisa urgente. De resto é só mesmo redes sociais [no smartphone]." (E1)

Além da utilização preferencial da internet para estar nas redes sociais e realizar trabalhos académicos e ver a caixa de correio eletrónico, também utilizam a internet para:

– Realizar pagamentos online, quer por aplicação de entidade bancária, quer por MbWay;

– Efetuar compras online, algumas associadas a produtos que viram nas redes sociais;

– Marcar viagens;

– Ver vídeos no Youtube ou séries e filmes e canais *streaming* (e.g. HBOmax, Netflix, etc.);

– Ouvir podcasts ou músicas em diferentes plataformas;

– Aprender novos idiomas (e.g. Duolingo);

– Consultar as principais notícias através de aplicações;

– Consultar informações de direção e aplicações de GPS.

Já no que se refere aos locais, não manifestam preferência por locais específicos, pois o acesso permanente não é limitado a um espaço. Um dos locais referidos como espaço onde gostam de estar nas redes sociais é maioritariamente em casa, no quatro, antes de dormir. Relataram também estar online e a aceder às redes sociais durante os momentos de lazer em grupo ou de refeição, evitando fazê-lo quando estão em momentos de intimidade ou com alguém com quem tenham um relacionamento amoroso.

9.2 Trajetórias de consumo digital

As trajetórias do consumo digitais tornam-se importantes para compreender como começou o uso dos ecrãs e a relação com a internet e as redes sociais na vida destas jovens. Neste ponto, apresentamos um resumo do percurso de descoberta e iniciação das redes sociais, que se verificou consistente nas participantes desta faixa etária, bem como o levantamento dos principais motivos que atualmente as atraem ou fascinam enquanto utilizadoras de redes sociais e consumidoras de conteúdos digitais.

9.2.1 Descoberta e iniciação na utilização de redes sociais

Apesar de atualmente nenhuma das entrevistadas ter conta na rede social digital Facebook, foi nesta rede social digital que iniciaram a sua atividade associada a este tipo de plataformas. Mesmo não sabendo com exatidão a idade com que começaram a utilizar as redes sociais relatam ter sido muito cedo e sobretudo para aceder a jogos e ver desenhos que estavam gratuitamente disponíveis através da conta do Facebook. Embora as regras de utilização apresentadas no próprio Facebook proíbam a utilização de crianças como menos de 13 anos, sendo esta a idade a partir da qual podem criar uma conta na rede social Facebook, a maioria das entrevistadas crê ter começado antes com o consentimento dos pais por volta dos 10 ou 11 anos.

> "Uma vizinha minha era mais velha, eu tinha dez anos e ela tinha dezasseis e ela já usava redes sociais e eu não e ela criou uma conta para mim e tiramos foto e tudo mais e a partir daí eu tive acesso, mas era sempre no computador. Era no computador dos meus pais, eu não tinha telemóvel." (Sara)

Nessa época, utilizavam sobretudo o computador dos pais, dado que não havia uma massificação na utilização equipamento eletrónicos por crianças nem de smartphones. Perante os casos relatados e mesmo com idade similar, as primeiras experiências de utilização da rede social Facebook foram vivenciadas de formas diferente. Os jogos online gratuitos foram o principal atrativo, mas no que se refere ao acompanhamento parental na iniciação do uso das redes sociais regista-se:

> Mariana – Foi com um membro da família adulto que começou a usar as redes sociais, incluindo na troca de mensagens com outras crianças que conheceu através do Messenger do Facebook
>
> Rita – Os adultos da família eram informados das finalidades com que usava o Facebook, confiando naquilo que era relatado, mas não acompanhavam de forma próxima a utilização.
>
> Sara – Teve acompanhamento de uma vizinha adolescente que criou a conta Facebook, a qual passou a utilizar em casa.
>
> Teresa – Apenas tinha consentimento para jogar, sendo proibida de conversar ou conhecer outras pessoas ou de colocar fotografias.

Outra rede social que já não utilizam, mas que foi célebre nos primeiros tempos de consumo digital era o Snapchat e o próprio Youtube, que embora ainda utilizado, já não tem o papel importante que tinha antes da existência dos canais *streaming* ou da propagação de vídeos noutras redes sociais.

> "Primeiro foi o Facebook quando eu tinha dez, onze, doze anos…E acho que o Instagram quinze, dezasseis [anos]. Surgiu há mais tempo, mas o boom de conhecer e de partilhar e das pessoas dizerem para criar, que podíamos conversar com essas aplicações também, acho que foi nessa altura." (Mariana)
>
> "Sei que a primeira rede social que tive foi o Facebook e era para jogar aqueles que na altura existia muito no Facebook, ainda na escola. Depois veio o Snapchat, também tive o Snapchat, entretanto também eliminei e depois cada vez aparecia mais redes sociais e eu ia instalando." (Rita)

Já nos primeiros anos de adolescência, entre os catorze e os dezasseis anos, o Instagram começou a ganhar a atenção das entrevistadas cujos amigos também já tinham aderido. Não sabem explicar como começo a "moda" do Instagram, mas começaram a ter acesso a conteúdos que lhes interessavam sobre vários temas ligados a *lifestyle* (estilos de vida). Aceitaram com naturalidade a promoção de determinados assuntos ou produtos, considerando que ser "produtor de conteúdos digitais" e *influencer* é uma atividade reconhecida, seguindo as recomendações e conselhos de quem fala sobre o que lhes interessa. Muitas das recomendações

que seguem estão associadas a experiências e produtos que pessoas famosas, ou que se tornaram famosas através deste meio, anunciam e divulgam.

> "Por exemplo no Instagram para ver o que é que se passou, ou porque quero ter um momento relaxante; no TikTok para ver vídeos de mil e uma situações de mil e uma pessoas que não conheço. (…) Porque eu tenho um foco de distração muito rápido e quando eu estou relaxada eu gosto de estar em silêncio e focada no som e na imagem. (Mariana)

A transição para o TikTok é mais recente e muito ampliada pelo período pandémico, em que durante o confinamento houve uma maior adesão a esta rede social. Aqui a utilização das redes sociais foi ampliada, embora este não fosse um comportamento e hábito recente na vida destas jovens.

9.2.2 Principais motivos de permanência e utilização das redes sociais

Procurámos ainda saber junto das entrevistas o que mais as atraía ou fascinava na utilização da internet e, em particular, das redes sociais. As questões enquadradas nesta subcategoria permitiram compreender e sistematizar os principais motivos de permanência e utilização das redes sociais e da utilização dos ecrãs.

Quanto aquilo que atualmente fascina as entrevistadas e que as agrada na utilização das redes sociais sintetizámos as respostas em cinco principais tópicos (Quadro 5). Embora sejam considerados como aspetos distintos e mencionados pelas quatro participantes, o que as atraí no uso de determinadas plataformas digitais acaba por apresentar alguns denominadores comuns, em que os agentes de influência – *influencers* – têm tido um papel central.

Quadro 5 – Aspetos de atração e fascínio nas redes sociais

* O desejo de uma vida ideal ou perfeita inspirada na vida de outras pessoas.
* Acompanhar a vida e o dia a dia de pessoas famosas ou *influencer*s.
* Aprender sobre diferentes produtos e serviços (e.g. cosmética, restaurantes, viagens, etc.).
* A disponibilização contínua de novos conteúdos e a forma como são partilhados online.
* Sentimento de poder sobre aquilo a que tem acesso, ou o que não se quer ver.

Fonte: entrevistas realizadas

*** O desejo de uma vida ideal ou perfeita inspirada na vida de outras pessoas**

Aquilo que consomem nas redes sociais digitais é percebido pelas entrevistadas como uma forma de projeção de algo que gostassem de atingir ou conquistar nas suas vidas. Mesmo tendo a consciência de que nem tudo o que acompanham nestas plataformas corresponde à realidade, procuram sonhar com aquilo que desejariam ter na sua vida.

> "Eu acho que o facto de eu gostar da pessoa, pelo aquilo que ela transmite, sabendo nós que não é a realidade pura e dura, porque aquilo são momentos que mesmo que a pessoa "post" trinta stories cada um tem um minuto, por isso são só trinta minutos da vida de uma pessoa, mas eu conheço a pessoa. (…) A pessoa não mostra quando está triste numa rede social, não é suposto, não é comum. Então nós temos de ter o discernimento de perceber que a vida não é como está a ser exposta para ninguém." (Mariana)
>
> "Eu acho que às vezes a pessoa pensa na vida que queria para ela. Na vida que eles levam, que parece tudo sempre muito perfeito, parece que não há problemas ali. E às vezes parece que nós nos agarramos aquilo que as pessoas "postam" nas redes sociais, como a vida que idealizávamos também para nós." (Rita)
>
> "A maneira como as pessoas transmitem a sua energia ou mostram a sua vida acaba por… Nós gostamos de ver a vida do outro, ou querer aprender alguma coisa, ou querer ser igual a alguém, o que acaba por ser mau muitas das vezes." (Sara)

No entanto, reconhecem também aquilo que as atrai pode em alguma medida ser um risco, principalmente quando refletem sobre o que as motiva a seguir determinadas redes sociais ou conteúdos digitais, nomeadamente porque aquilo a quem têm acesso no mundo online, nem sempre é fidedigno ou possível para a grande maioria das pessoas. Esta foi uma das razões mais evidenciadas e que contou também com uma análise crítica das participantes.

* **Acompanhar a vida e o dia a dia de pessoas famosas ou *influencers*.**

A possibilidade de acompanhar celebridades e pessoas famosas, ou pessoas que se tornam famosas nas plataformas digitais e que admiram ou lhes interessam, são um fator que contribui como elemento de atração.

> "(…) tenho cantores que se tornaram pessoas famosas e tenho criadores de conteúdos que eram anónimos e depois tornaram-se mais conhecidos. Pessoas que falam de *lifestyle*, moda, beleza. Neste caso, agora foram todas mães por isso falam de maternidade, gosto de ver a evolução dos bebés, dos filhos delas, de partilhar com amigas que também consomem o mesmo conteúdo (…)" (Mariana)

> "(…) As rotinas que elas tinham, *lifestyle* mais por aí de pessoas mais velhas e de pessoas que estavam como eu a estudar. No TikTok era mais pessoas como eu também a estudar que publicam a sua rotina e no Instagram era muito as pessoas mais velhas, o *lifestyle* delas." (Rita)

Há assim, um interesse em seguir a vida do outro online, observando o seu estilo de vida, os momentos importantes, ou conselhos que são dados com base na experiência ou opinião de quem publica. Há também um reconhecimento de como as *influencers* surgiram através das redes sociais digitais e que por esta via se tornaram celebridades do mundo digital.

Assim, independentemente dos conteúdos publicados, o facto de ser possível acompanhar de forma regular e constante a vida de outras pessoas é um dos pontos que mais fascina as participantes.

* **Aprender sobre diferentes produtos e serviços (e.g. cosmética, restaurantes, viagens, etc.).**

A diversidade de produtos, serviços e experiências a que têm acesso através das redes sociais tornou-se em algo que permite complementar as suas escolhas ou opções do dia a dia. Por exemplo, torna-se um fator de atração o facto de um conjunto de pessoas que seguem nas redes sociais sugerirem e partilharem a sua experiência em restaurantes, na utilização de determinados produtos, ou até na preparação e realização de viagens ou passeios.

> "No TikTok, hoje em dia, há culinária, desporto, há tudo, literalmente tudo. (…) comecei a gostar do TikTok porque havia outro tipo de vídeos. Porque ao mesmo tempo que eu gosto de livros, eu gosto de cozinha e no TikTok tem tudo. E os vídeos são curtinhos, são um minuto ou trinta segundos." (Sara)
> "Consumo informação sobre produtos que *influencers* costumam divulgar. Informação sobre certos produtos sejam restaurantes, ou assim, e às vezes até acabo por guardar e acabo por ir aos locais. Sinto que se calhar sem essa partilha de informação por parte dos outros, não era possível, acho que aí, também a informação é mais vasta e acho que é um ponto positivo das redes sociais e da internet em geral, porque dá para conhecer mais sítios, sejam restaurantes como eu referi, ou sejam mesmo lugares para visitar." (Teresa)

Apesar de não ser uma atividade laboral formalmente remunerada, uma das entrevistadas reconhece que as redes sociais são a fonte de rendimento das *influencers* que segue, em que os comentários e gostos dos seguidores contribuem para este tipo de profissão. Sublinha que as métricas de reações às publicações e a influencia exercida que se reflita em compra de produtos são uma forma de financiamento das *influencers* e que as publicações nos seus perfis são pagas por marcas.

*** A disponibilização contínua de novos conteúdos e a forma como são partilhados online.**

A rapidez e a facilidade com que são constantemente produzidos e partilhados novos conteúdos, de forma gratuita e acessível, faz com que as participantes gostem de ter acesso às redes sociais. A diversidade e a forma praticamente instantânea como que ficam online para os seguidores faz com que possam consultar coisas novas todos os dias, várias vezes aos dias e sobre uma grande panóplia de temas.

> "Instagram é onde estão os meus amigos, os *influencers* que eu sigo que mostram uma realidade… quero estar sempre ativa, por causa dos *stories* que está 24 sobre 24 horas. (…) Dá para partilhar em momento real, se a pessoa publicar agora uma fotografia e eu vejo em um segundo, consigo partilhar automaticamente com a minha amiga e a minha amiga se estiver online responde-me automaticamente aquela fotografia, o que for." (Mariana)

Também a duração curta dos vídeos no TikTok ou os *stories* do Instagram contribuem para que estas sejam as redes sociais preferidas atualmente, bem como a sua diversidade de conteúdos. Aqui percebe-se que além de poderem ter acesso a um amplo número de pessoas e às suas vidas, que por outra vias seriam inacessíveis, as participantes valorizaram estarem à distância de um clique e poderem aceder sempre a conteúdos quando decidem consultar as redes sociais.

* **Sentimento de poder sobre aquilo a que tem acesso, ou o que não se quer ver.**

O facto de nas redes sociais poderem conectar-se e desconectar-se consoante os seus interesses é um fator bastante atrativo para as entrevistas, que consideram não ficar presas a conteúdos ou assuntos que não as estimulem ou que não lhes desperte interesse.

> "eu consigo perceber de quem é que eu gosto, ou seja, sinto que é um poder que eu tenho naquela rede social de eu seguir X pessoa, X conteúdo, e de eu ver só aquilo que eu gosto. Por isso é um sítio onde eu me sinto bem, porque eu vejo o que eu gosto, e quando eu não gosto deixo de seguir." (Mariana)
>
> "acho que é mais o algoritmo, por exemplo no TikTok, eu sinto que se falo sobre algum assunto ou assim, e depois começa-me a aparecer coisas sobre aquilo que eu falei. Então acho que também é o algoritmo que ajuda. [e gosta disso?] Sim, gosto. Se bem que às vezes é um bocado chato, porque já sem gosto de assistir aquilo e continua lá, mas depois muda e sim." (Teresa)

Também referido positivamente o facto destas plataformas funcionarem com base em algoritmos que lhes apresentam conteúdos digitais ajustados aos seus perfis e preferências. Para as entrevistadas isto não é visto como prejudicial ou limitador, mas sim como um filtro que lhes garante uma seleção de conteúdos que lhe agrada.

9.3 Interações sociais no consumo digital

No domínio das interações sociais que acompanham o percurso e hábitos de consumo digital procurou-se compreender como é que as participantes

interagiam e articulavam as suas relações interpessoais com e na utilização das redes sociais, bem como gerem e avaliam o tempo despendido com as redes sociais.

9.3.1 Utilização e interação interpessoal nas redes sociais

Quanto à preferência de utilização das redes sociais individual ou partilhada, isto é, sozinhas ou em interação com outros, as respostas dividem-se. Se por um lado referem que gostam de estar sozinhas nas redes sociais quando estão a relaxar, nos transportes, ou noutras situações em que não têm companhia, também mencionam que partilham, conversam e comentam com familiares e amigos o que se passa nas redes sociais e que as usam mesmo acompanhadas por outras pessoas. Duas das entrevistadas mencionam que já partilharam os conteúdos com amigos e familiares, quer conversando sobre eles presencialmente, quer através da partilha diretamente por mensagem nas próprias plataformas digitais.

> "Normalmente sozinha, só se quiser mostrar alguma coisa é que é acompanhada. Ou então, se estou sozinha mando o *story* ou a publicação para uma amiga para falarmos. Dá para partilhar em momento real: se a pessoa publicar agora uma fotografia e eu vejo em um segundo, consigo partilhar automaticamente com a minha amiga e a minha amiga se estiver online responde-me automaticamente aquela fotografia" (Mariana)

> "Até acho que converso mais presencialmente do que online. Mas há uns tempos atrás, quando tinha o Instagram, eu falava muito através de um grupo que nós lá tínhamos e agora até falo mais presencial do que online. (…) E costumávamos partilhar, "olha o que é que esta publicou" e comentávamos e falávamos. (…) Eu acho que antes só falava com elas pelas redes sociais e agora como não tenho tantas redes sociais, vejo-me obrigada entre aspas, a fazê-lo presencialmente." (Rita)

É interessante compreender que há uma consciência de que deveriam valorizar mais o tempo de relação presencial direta com outros em detrimento das relações virtuais ou do tempo que dedicam a consumir conteúdos digitais.

> "Eu acho que quando estou com alguém falo com a pessoa pessoalmente, ainda mais com alguém que eu não vejo há um tempo. Acontece combinar alguma coisa e se quero estar com a pessoa, às vezes estar no telemóvel é um bocado chato." (Sara)

Apesar da utilização das redes sociais ser maioritariamente em contextos em que não estão acompanhadas, algumas entrevistadas referem que em momentos de lazer partilhados, como momentos de convívio (e.g. festas, jantares, passeios, saídas à noite, etc.), utilizam o telemóvel. No entanto, referem que não é uma prática exclusivamente sua e que as pessoas ou grupo com quem estão adota o mesmo comportamento.

> "Acontece muitas vezes, estar num jantar e estarem todos no telemóvel e depois quando chega o jantar é que falamos e comemos. Às vezes estou num jantar e uma amiga está a falar com o namorado que nem está presente." (Sara)
>
> "Sinto que sim, em natais ou assim em épocas maiores onde a família se reúne mais (…) e eu às vezes sou a única com o telefone na mão. Nota-se mais porque também e acabo por levar eu por tabela." (Mariana)

No que toca à atenção dada ou negligenciada a familiares, assumem que já tiveram momentos em que não priorizaram a companhia da família em função da utilização de ecrãs e das redes sociais.

Um outro aspeto relevante sobre as interações nas redes sociais, apontado por uma das entrevistadas, é a proximidade relacional e afetiva que pode ser criada com pessoas numa comunidade digital, mesmo que estas não tenham formalmente uma relação de amizade. Tomamos como ponto de reflexão este relato de uma das entrevistadas:

> "Até chego a dizer que são minha amigas virtuais, eu sinto que as conheço e, então, um novo membro da família e elas sentirem-se bem ou mal com a gravidez, eu sinto que estou perto delas e que…. Não sei explicar, sinto que tenho uma proximidade e fico feliz quando têm um novo membro ou fico triste quando morre uma pessoa da família delas, sinto que partilhamos. Como eu vejo sempre todos os dias a vida delas, partilhamos algo." (Mariana).

No que se refere ao tipo de utilização, os testemunhos das entrevistadas assumem, sobretudo, uma tendência para a identificação de um perfil de utilização passiva, isto é, acompanham mais aquilo que outros publicam as redes sociais do que elas próprias tomam iniciativa de partilhar.

> "Eu por acaso não sou muito de meter fotos, mas *stories* sim. Não sei precisar o tempo, basicamente é quando me apetece, por exemplo às vezes estou no café e apetece-me meter um *story,* mas há vezes em que nem se quer quero que as pessoas saibam a onde é que eu estou. Depende, não sou aquela pessoa muita ativa nos *stories.* Sou uma pessoa ativa nas redes sociais, mas não sou muito de "postar". Não sou aquela pessoa de estar sempre a fazer comentários, isso por acaso não." (Teresa)

Foram apontados, por algumas entrevistadas, motivos associados a esta uma utilização menos ativa, como o receio das reações negativas à exposição da sua imagem e um ambiente de competição pela atenção e reconhecimento dos outros.

> " (…) o Instagram já melhorou nesse aspeto que esconde a contagem de gostos, porque antes havia muito a ansiedade de quem tinha mais gostos, porque quem tinha mais gostos era melhor do que quem tinha menos gostos. Às vezes fico triste porque achava que as fotos estavam muito bonitas e mereciam mais gostos, outras vezes recebo sempre comentários privados a dizer gosto muito desta fotografia, gosto muito daquela, ou então as pessoas quando me veem pessoalmente vêm dizer "gostei muito daquela fotografia que publicaste" e é essa a expectativa." (Mariana)

Duas das entrevistadas referiram também que utilizam as redes sociais para encontros online e que já conheceram pessoas através de plataformas para estes fins. As outras duas, recusam a utilização das redes sociais para fins amorosos, mas consideram que servem para poder conhecer pessoas e criar amizades.

9.3.2 Gestão do tempo na utilização das redes sociais

A gestão do tempo nas redes sociais e associada ao uso dos ecrãs leva-nos a refletir sobre o tempo que cada pessoa utiliza para este fim. No entanto,

a utilização do tempo pode assumir diferentes formas de participação. Por exemplo, podemos considerar perfis em que o utilizador se dedica a um tempo de consumo ativo (e.g. a fazer publicações nas redes sociais), ou a um tempo de consumo passivo (e.g. a consultar/observar sites e publicações nas redes sociais). Além destes dados, as entrevistadas foram convidadas a realizar uma autoavaliação sobre a sua presença online e gestão do seu tempo online nas redes sociais.

Um dos aspetos que foi referido unanimemente é que o tempo nas redes sociais "passa rápido" e há uma sensação de perda de noção do tempo. A facilidade e rapidez com que os conteúdos se revezam durante a sua utilização e a constante oferta de novos conteúdos faz com que o TikTok consuma grande parte do tempo que passam nas redes sociais. Por outro lado, o poder estar sempre "*on*" acaba por ser um convite à utilização contínua das plataformas digitais.

> "São vídeos de 15 segundos e nós estamos sempre a fazer *scroll* para baixo e a ver aquilo que a aplicação sabe através daquilo que nós metemos gosto, o que nos há de mostrar a seguir, então a pessoa perde uma hora, uma hora e tal. (…) Quanto vejo o timing a dizer que são três horas, assusta-me. Três horas é muito tempo, mas depois quando lá estou, não sinto essa pressão de estou há três horas aqui." (Mariana)

> "Na Universidade em que uso bastante. Uso também em casa, não só na minha, mas também quando estou em casa de amigos uso, peço a password de casa deles e eles dão. Em cafés, também quando tenho convívios. Tento não estar tanto ao telefone, mas há sempre aquela tentação e acabo por mexer um bocado e em festas, também assim, e em casa." (Teresa)

Esta questão foi também demonstrada durante as entrevistas pela forma como as participantes hesitavam na resposta sobre o número de horas que passam diariamente online e nas redes sociais. Inicialmente apontavam um número de horas de utilização diária inferior à realidade. Após um exercício de reflexão sobre o tempo que dedicam aos ecrãs e às redes sociais tivemos duas respostas que se situam numa média de três horas por dia e outras duas numa média de seis horas por dia.

> "Por dia… muitas… talvez seis ou sete horas… à noite é altura do dia em que eu passo mais tempo nas redes sociais, assim depois do jantar fico na cama e fico a dar *scroll* ou no TikTok. É mais recorrente no TikTok, mas também no Instagram a ver *stories*. Às vezes nem estou a prestar atenção, estou só a passar com o dedo, mas isso acontece, se calhar 6 horas diria. Se calhar umas cinco horas são redes sociais, o resto fica assim para chamadas, mensagens…" (Teresa)

Uma das entrevistadas referiu que antes de participar na primeira fase do estudo também passava uma média de seis horas por dia e que foi o despertar para a importância deste tema que a fez repensar os seus hábitos de utilização de plataformas digitais e o tempo que passava online. Outra das entrevistadas também referiu estar a diminuir o tempo utilização dado que tem outras tarefas e responsabilidades.

> "Antigamente quando eu tinha as redes sociais eu sei que dava uma média de eu estar no telemóvel cerca de seis horas, sete horas por dia. Agora tenho andado duas, três… o que ainda é muito num dia, mas diminuiu muito." (Rita)
>
> "No geral está a diminuir, estou seis horas por dia, antes era dez horas (…) passo cerca de cinco horas nas redes sociais. Estou a fazer outras coisas e acho isso bom, não estar tanto tempo ligada à internet." (Sara)

Atendendo à utilização do tempo em função da sua atividade nas redes sociais, podemos considerar que a maioria das entrevistadas apresenta um perfil de consumo passivo. A sua atividade nas redes sociais é essencialmente de consulta ou visualização de conteúdos. Uma das participantes é notoriamente mais ativa que as outras, pois comparativamente publica a sua imagem com mais frequência, embora consuma mais do que aquilo que partilha. Duas participantes afirmam que evitam publicar imagens suas, ou o fazem apenas esporadicamente, por exemplo, quando vão numa viagem, e outra opta atualmente por não fazer publicações.

> "Faço fotografias, quando viajo por isso é pouco. Porque a minha vida é casa-escola, escola-casa. Por isso não tenho muito para partilhar do dia a

dia. E costumo partilhar uma fotografia, edito algumas cores e ela segue para ser publicada" (Mariana)

"Só em viagem, quando eu vou viajar publico muitas coisas, aí eu dedico mais tempo. Mas eu espero que chegue o final do dia e eu publico tudo o que aconteceu naquele dia." (Sara)

Quanto ao tempo que passam a fazer publicações, a maioria das entrevistadas refere não publicar muitas vezes fotografias, pelo que a resposta a questão ficou condicionada pelos hábitos de participação nas redes sociais. Há também uma distinção entre o tempo que demoram quando é uma publicação no *stories*, que permanece apenas publicamente online durante 24 horas, ou no *feed* em que fica definitivamente a não que seja removida.

"O que posso é meter um *story* de vez em quando e aí em princípio essas fotos não editadas, em princípio, e é tirar, depois escolher qual é a melhor e publicar. (…) Depende de aquilo que acontecer na vida, de eu achar que é suficiente para eu partilhar." (Mariana)

"Porque os s*tories* estão apenas 24 horas e as fotos são para sempre, por assim dizer. Se bem que eu posso apagar a foto, mas o *story* é algo mais… Para já sinto que não tenho de ter tanta preparação, pode ser uma coisa espontânea, enquanto que a foto, pronto, temos que pensar melhor no que estamos a colocar, depois a questão da edição e tudo mais." (Teresa)

Sobre a avaliação que fazem da gestão do tempo que passam nas redes sociais e dos efeitos que essa utilização tem no seu bem-estar, chegamos **à conclusão** de que esta questão é percecionada de forma diferente pelas entrevistadas:

Mariana – Sente-se feliz nas redes sociais sublinhando que "sinto por vezes a necessidade de ter um tempo para mim; sinto que é o único tempo que tenho para mim, para estar sozinha, para ver aquilo que gosto de ver". Desta forma entende que o tempo que passa nas redes sociais é "contributo muito positivo para o meu bem-estar" porque lhe dá prazer, embora reconheça que às vezes o momento em que está nas redes sociais não é o melhor.

Rita – Sente-se melhor quando passa menos tempo nas redes sociais, pois consegue fazer outras atividades que considera "de maior interesse" e "que realmente sejam úteis". Considera que muitas vezes as prioridades estão mal definidas quando se passa demasiado tempo nas redes sociais afirmando que "sentia-me feliz naquele tempo, mas depois sentia-me triste de ter perdido tanto tempo nas redes sociais".

Sara – Sente-se bem e mal pois por um lado as redes sociais permitem descansar e ver vídeos que se goste e falar com as pessoas, mas menciona também as redes sociais acabam por ser tóxicas porque há muita "comparação" e acha que já perdeu muito tempo a pensar em ter a vida de outras pessoas em vez de pensar por si até porque "chega uma hora que acaba por ser frustrante: estar no telemóvel e não ter nada para fazer".

Teresa – Sente-se bem nas redes sociais porque considera que atualmente é mais seletiva na forma como está nas redes sociais referindo que "neste momento, como eu já sei fazer uma seleção de conteúdo, seja nas pessoas que eu sigo que é um leque mais restrito, seja nas pessoas que me seguem também." Valoriza o facto de sentir informada e considera que "hoje em dia consigo fazer e não me afeta em nada negativamente".

Quanto ao momento que estão mais ligadas aos ecrãs e às redes sociais são claramente apontados como períodos preferenciais as manhãs e as noites. Porém, também é mencionado pelas entrevistas que estes momentos não são os mais adequados ou benéficos para o seu bem-estar, sobretudo quando passam demasiado tempo ligadas às redes sociais antes de ir dormir.

"Eu acho que o momento em que o faço do dia, é que não é o mais correto (…). Ou seja, eu fico por exemplo até às dez e meia no telefone, eu em vez de adormecer em meia hora, se calhar demoro uma hora, porque o meu cérebro ainda não desligou daquele tempo que esteve concentrado porque eu estava a usar o aparelho. Sinto que estou sempre a mexer-me na cama, sinto que não consigo logo desligar automaticamente." (Mariana)

"Se eu já estava cansada e ainda me vou agarrar ao TikTok e há vezes em que isso acontece, eu já nem queria estar ali, mas já é tão rotina, já é tão

> hábito, que acabo por estar a dar *scroll*, mas já estou com os olhos mesmo a fechar, mas continuo. (…) Acho que todos os dias, no fundo. Há noite, por exemplo, eu estipulo uma hora para dormir e já posso estar na cama com o pijama, com a televisão desligada, mas ainda estou com o telefone e sinto que (…) o que é que eu estive a fazer nessa hora? Nada de jeito! Só a dar *scroll*. Então sim, acho que todos os dias acabo por perceber isso" (Teresa)

A utilização e interação nas redes sociais variam consoante as diferentes entrevistadas, pois os seus hábitos de socialização e de atividades diárias são também distintos. Não obstante, um dos pontos convergentes é que todas preferem estar e acompanhar conteúdos nas redes sociais quanto estão sozinhas, principalmente durante a noite, e que assumem que as horas que passam nas redes sociais podem ser excessivas.

9.4 Características dos conteúdos que se consomem nas redes sociais digitais

Conforme referido anteriormente, as entrevistadas utilizam a internet para uma diversidade de atividades, já referidas quando apresentámos o ponto sobre o perfil de consumo digital das participantes. No entanto, a análise dos tipos de conteúdos que consomem nas redes sociais, traz-nos uma leitura de como diferentes atividades realizadas por vias mais tradicionais, passam a ser acedidas pela via digital.

Um dos exemplos de conteúdo consumido através das redes sociais é o acesso a notícias. As entrevistadas não demonstram preferência por acesso à informação através de programas informativos ou da comunicação social. A consulta de notícias e de assuntos mediáticos da atualidade é feita através do acesso a aplicações ou redes sociais como o TikTok ou Twitter.

> "O TikTok também não são só vídeos para rir. Por exemplo, a catástrofe na Turquia, foi no TikTok que eu vi. O caso do lar dos maus-tratos, foi no TikTok que apareceu o vídeo. Ou seja, o TikTok não é só distração, também é conhecimento, depende daquilo que a pessoa mete gosto" (Mariana)

> "Não sei isto também faz sentido, mas por exemplo eu todos os dias de manhã das primeiras coisas que faço é passar cerca de 5 a 10 minutos a ver

> as notícias do dia nas redes numa aplicação que eu tenho. Das primeiras coisas que eu faço é ter essas notícias. Todos os dias de manhã vejo as principais notícias." (Rita)
>
> "Para ver notícias, acho que isso acontece mais no Twitter." (Teresa)

Nota-se que há quem evidencie uma certa desconfiança sobre os órgãos de comunicação social tradicionais, atendendo ao discurso de uma entrevistada que partilhou o motivo de preferir as redes sociais.

> "Já instalei diversas vezes aplicações de jornais para notícias, mas sinto que são sempre… como é que eu hei de explicar… manipulados. Porque existe tipos de jornalismo que ou são mais de direita, ou mais de esquerda, e depois influenciam ali um bocadinho de notícias, por isso hoje em dia não sigo nenhuma. Vejo de vez enquanto as notícias, porque quando estamos a tomar uma refeição, a televisão está ligada com um jornal, ouvimos em família (…). Não confio [nas redes sociais], mas aquilo são vídeos que foram publicados por pessoas, ou que as pessoas gravaram do telejornal, mas são momentos em que não me aparece tão frequentemente e meio que eu seleciono quais são as notícias que eu quero." (Mariana)

Assim, uma vez mais a questão de haver uma seleção prévia definida pelo algoritmo, a curta duração dos vídeos e a não repetição constante dos mesmos assuntos, acaba por conduzir a uma maior aceitação das redes sociais como fonte de informação noticiosa, mesmo assumindo que não confia nas mesmas.

Apesar de ter sido realizada uma reflexão sobre o acesso à informação nas redes sociais e em como esta pode ser por vezes falsa ou manipulada, o principal motivo e conteúdos que consomem estão associados ao lazer. Gostam de seguir conselhos de moda, beleza e *lifestyle* e fazer compras online, muitas vezes inspiradas naquilo que viram nas redes sociais.

> "Eu sigo uma *influencer* que é mesmo conhecida na área, que ela faz vídeos de produtos mais acessíveis, como eles também apresentam produtos para todo o tipo de carteira e eu sinto que ela disse caraterísticas que eu estava a precisar, e eu pego no produto e vou comprar." (Mariana)

Confessam que normalmente procuram seguir pessoas que lhes transmitam confiança, embora haja o risco de poderem ser enganadas, precisamente porque têm a noção de que muitas das publicações feitas são financiadas por marcas ou empresas, ou que não são exatamente o que procuram.

Apesar de não serem realizadas pelas entrevistadas operações financeiras através das redes sociais foi referido pelas participantes que atualmente os pagamentos que efetuam, quer em compras online, quer em espaços físicos, acabam por ser concretizados com recurso aos ecrãs e à internet.

> "Hoje em dia, os jovens já não têm dinheiro vivo. Se tiver aqui moedas, é muito cinco cêntimos. Nós usamos tudo à base do digital." (Mariana)
>
> "Para pagamento também, imensas coisas já não vou ao multibanco fazer um pagamento X serviço ou assim, basicamente é MbWay ou mesmo a transferências pela aplicação que eu tenho no banco. Para compras online, se bem que tenho um bocado de receio, mas também já aconteceu seja roupa, produtos ou assim" (Teresa)

Também seguem recomendações para a sua vida universitária e apoio ao estudo, que servem como inspiração e incentivo à organização dos seus trabalhos académicos e dos seus hábitos.

> "(…) ajuda-me a ser assim, a tentar ser mais produtiva, a sair da cama, a não ficar no telemóvel e a tentar fazer coisas em casa, a estudar, a fazer exercício. Normalmente são estudantes que mostram a rotina de estar na faculdade e também trabalhar, alguns trabalham e mostram como é que dividem o tempo, é por aí." (Rita)

Uma das questões que as incomoda na utilização das redes sociais são a agressividade ou a forma incorreta como as pessoas interagem entre si. O Twitter é apontado como a principal rede social onde mais presenciam este tipo de comportamentos.

> "Por exemplo, alguém publicava uma foto ou texto sobre uma pessoa e depois eu ia ver os comentários e era sempre, a maior parte dos comentários

no Twitter eram sempre a rebaixar, ou a dizer mal, ou a criticar alguém por alguma atitude. E lá está, eu senti que aquilo não me fazia bem, eram só comentários depreciativos que faziam outra pessoa que era visada naquela publicação sentir-se mal. E eu comecei-me também a sentir mal com aquilo, acho que as pessoas tornaram aquilo muito tóxico, tornaram aquilo muito pesado, não sei." (Rita)

"Sim, às vezes comentários mais infelizes que são feitos. Certas picardias que são feitas. Por exemplo no Insta, se alguém coloca uma foto, já presenciei comentários assim menos felizes. No Twitter também acontece. Acho que não deve ser normalizado, mas acaba por ser normal. Porque nós temos liberdade para falar, mas depois as pessoas usam essa liberdade para motivos que não são assim tão bons. (…) Mesmo no Twitter procuro sempre estar de encontro daquilo que eu pretendo, mas aqueles conteúdos mais tóxicos ou assim que eu não sou capaz de ver, e nem quero, acabo por simplesmente excluir, acabo por fazer essa seleção." (Teresa)

Além da preferência pela sugestão de conteúdos com base nas pesquisas realizadas na internet e redes sociais, algumas entrevistadas contam que se apercebem que conversas que têm, mesmo com a internet desligada, são captadas pelo equipamento e se transformam em conteúdos publicitários que as redes sociais passam a mostrar nos seus perfis.

"Como por exemplo aplicações de compras, pergunta-me no início se eu quero que elas tenham acesso aquilo que eu ando a pesquisar. Imagine que meto gosto num batom no Instagram, se eu tenho uma aplicação de cosméticos, ele vai perceber que eu meti gostos e quando entrar na aplicação ele vai me dar aquele batom ou batons do género. O TikTok a mesma coisa, se eu estiver a falar de uma casa, como aconteceu no outro dia, os preços da casa, e o telefone estava na mala, sem internet, sem nada, e quando liguei a primeira coisa que ele me dá no TikTok são cinco vezes uma casa, preços de casa, a mostrar casas" (Mariana)

Porém, esta situação não se apresenta como fonte de preocupação explicita para as entrevistadas, que consideram útil que a sua experiência de utilização

seja ajustada às suas preferências, mesmo quando elas não são expressamente declaradas ou até consentidas.

9.5 Consequências dos consumos de conteúdos digitais

Para procedermos a uma análise das consequências dos consumos de conteúdos digitais com base no testemunho das entrevistadas, recorremos à matriz de Santos (2017) que apresentou um conjunto de sintomas associados ao comportamento abusivo ou dependente no uso da tecnologia. Assim, no Quadro 6 fazemos uma síntese dos resultados extraídos do discurso das participantes nas entrevistas.

Quadro 6 – Condições verificadas sobre sintomas associados a comportamento abusivo ou dependente da tecnologia (Santos, 2017)

	Mariana	Rita	Sara	Teresa
Nomofobia	Sente-se sozinha sem o telemóvel; já se sentiu em pânico por não o encontrar. Vai buscar o telemóvel, precisar de o ter perto.	Sente-se ansiosa sem telemóvel. Passou a estar mais afastada do telemóvel por opção, mas ao início foi difícil.	Sente-se agoniada se está sem telemóvel e sente-se sozinha. Se estiver longe do telemóvel tem vontade de estar perto.	Sente-se perdida e até em aflição ou ansiosa. Se estiver longe do telemóvel sente a necessidade de estar com telefone.
Síndrome do Toque Fantasma	Sim, pensa que está a ficar maluca, paranoica. Acontece várias vezes.	Sim, constantemente, várias vezes por semana. Sente-se confusa.	Sim, fica com uma sensação estranha	Sim, já teve essa sensação e achou que podia estar a ficar maluca.
Náusea Digital	Não, só em transportes ou carro (em andamento)	Não	Não, mas já senti dor de cabeça ao estar nos ecrãs	Não, só se estiver cansada e que tem a vista cansada.
Transtorno de dependência da internet	Sim, sente uma vontade muito grande porque precisa de companhia	Sim, tentação de ir ver algo no telemóvel de 5 em 5 minutos.	Sim, por várias vezes.	Sim, essa vontade de ir ver as redes ou a ânsia quando espera que alguém responda.

	Mariana	Rita	Sara	Teresa
Depressão do Facebook	Sim, já ficou triste com coisas que vê nas redes sociais.	Sim, já ficou triste.	Sim, já ficou triste com conversas.	Sim, já ficou triste, mas mais por situações ligadas a mensagens ou por situações que não correspondem às expectativas.
Vícios em jogos online	Sente que já foi viciada, mas agora deixou de jogar porque consome bateria e precisa da bateria do telemóvel para outras App.	Sim, começou por usar o telemóvel para os jogos, depois é que foi mudando.	Agora não sente, porque não joga, mas começou por usar as redes sociais para jogar.	Começou por jogar quando aderiu ao facebook, mas atualmente já não joga.
Hipocondria Digital	Sim, já se sentiu doente após ver publicações sobre uma doença.	Sim, já achou que tinha doenças pelo que leu em pesquisas online.	Sim e até chegou a ir ao hospital pelo que leu na internet.	Sem resposta.
Efeito Google	Perda de concentração e memória.	Perda de concentração, memória e capacidade de raciocínio.	Perda de concentração. Acha que tem boa capacidade memorização, mas que já foi melhor.	Perda a concentração e às vezes alguma memória.

Fonte: entrevistas realizadas

Os resultados obtidos permitem-nos observar uma convergência de sintomas correspondentes a cinco dos oito cenários apontados por Santos (2017) designadamente:

Nomofobia – As entrevistadas afirmam sentir determinadas sensações negativas quando ficam sem telemóvel ou estão longe dele.

Síndrome do Toque Fantasma – Confirma-se que todas as entrevistadas já sentiram, inclusive por várias vezes, a sensação de sentir o telemóvel a vibrar no bolso das calças ou na mala sem que seja real.

Transtorno de dependência da internet – Verificam-se fortes sinais de transtorno de dependência da internet, atendendo os relatos de uma vontade compulsiva em aceder à internet, incluindo redes sociais, mesmo que não saibam exatamente o que fazer lá.

Depressão do Facebook – Observou-se que em função das interações sociais dentro da rede ou a falta dessas relações as participantes já foram invadidas por um sentimento de tristeza forte, quer por publicações ou mensagens. Assinalamos que apesar de ser validado o seu conteúdo, o nome da categoria não se aplica a esta geração pois o Facebook não é atualmente a rede utilizada ou preferida dos jovens.

Hipocondria Digital – As participantes que responderam a esta questão indicaram que já pensaram ter alguma doença após procurem informação na internet com base em sintomas que tinham, conduzindo à confirmação de hipocondria digital.

Quanto aos dois aspetos não observados na totalidade, destacam-se:

Náusea Digital – Não há evidências de náusea digital, nomeadamente de desorientação ou vertigens causadas pela interagirem com ambientes digitais

Vícios em jogos online – As participantes começaram o seu percurso digital com a utilização de equipamentos para os jogos online, ainda em crianças, mas atualmente priorizam outras atividades nos ecrãs, pelo que não se observa dependência de jogos online ou compulsão por jogos online.

Finalmente, assinalamos numa secção à parte uma das consequências que apesar de observada, não se reporta fielmente à causa atribuída pelo autor:

Efeito Google – Não se confirma que há uma tendência para reter menos informações por as respostas estarem ao alcance de alguns cliques, mas foi evidenciado que todas as participantes referem perda de concentração e memória.

9.6 Dependência da internet e das redes sociais digitais

Considerando as escalas utilizadas, bem como os critérios de referências utilizados vários autores, tomámos como dimensões e categorias de análise das entrevistas as propostas elaboradas por Young (1998) e Shahnawaz & Rehman (2020), no que se refere à dependência da internet e das redes sociais.

Dos critérios enumerados por Young (1998) relativamente ao Diagnóstico de Dependência de Internet (DDI), através da entrevista pudemos verificar que dos oito enumerados, apenas um não se verificou manifestamente. No Quadro 7 apresentamos os resultados obtidos através das entrevistas para cada um dos critérios validados pelo autor.

Quadro 7 – Situações verificadas com base nos critérios do Diagnóstico de Dependência de Internet (DDI) (Young, 1998)

Critérios do Diagnóstico de Dependência de Internet (DDI) (Young, 1998)	Situações em que se evidenciaram a presença dos critérios
1. Preocupação excessiva com internet;	Não conseguir estar sem aceder à internet/ redes sociais, ou longe de equipamentos (e.g. smartphone).
2. Necessidade de aumentar o tempo online (conectado) para obter a mesma satisfação;	Atendendo ao começo das trajetórias digitais, o tempo que passam na Internet e redes sociais aumentou progressivamente, bem como o número de plataformas utilizadas.
3. Exibir esforços repetidos para diminuir o tempo de uso de internet;	Não há registo de tentativas neste sentido (apenas um caso), não reconhecendo necessidade de reduzir o uso de tempo de internet e redes sociais.
4. Presença de irritabilidade ou depressão;	Não há evidências de depressão, mas alguns relatos da presença de irritabilidade ou incómodo.
5. Quando o tempo de internet é restringido apresenta labilidade emocional (internet como forma de regulação emocional);	Apesar de se referirem algumas mudanças de humor, não há dados para afirmar sinais de labilidade emocional.
6. Permanecer mais conectado (online) que o programado;	Perda da noção do tempo, em que o "*scroll*" acaba por conduzir a um prolongamento do tempo online, principalmente quando utilizam o TikTok.
7. Trabalho e relações sociais em risco pelo uso excessivo,	Com exceção das relações mais próximas (parceiros ou amigos) já descuraram algumas relações pessoais e sociais, incluindo familiares. O trabalho académico também já foi comprometido (e.g. estar na internet e nas redes sociais durante as aulas).
8. Mentir aos outros a respeito da quantidade de horas online.	Há relatos de mentira ou omissão quanto à quantidade de horas que estão online, principalmente perante familiares.

Fonte: entrevistas realizadas

Desta forma, procuramos compreender como é que as entrevistadas respondem perante alguns indicadores de identificação da dependência quanto a dimensões como a: gestão do tempo, relações sociais, gestão das tarefas diárias, necessidade de estar online e dificuldade em desligar.

Tempo de utilização – Todos os dias sentem que passam tempo a mais na internet e redes sociais, sendo que o excesso de tempo de utilização afeta a realização de tarefas domésticas, escolares ou até o período de descanso.

Relações Sociais – Afirmam que atualmente não conhecem pessoas online, mas distraem-se com assuntos online deixando por vezes de dar atenção à família ou amigos. O mesmo não se passa quando se trata de relações mais íntimas, nas quais evitam usar o telemóvel.

Gestão das Tarefas Diárias – As notificações podem causa distração sobretudo se associadas a mensagens ou redes sociais, influenciando negativamente a produtividade na gestão das tarefas diárias. Afirmam não receber muitos e-mails e preferem tratar assuntos do quotidiano por vias de comunicação mais diretas (e.g. WhatsApp).

Necessidade de estar online – Sentem que se exaltam quando questionadas sobre a sua vida online, mas defendem o direito ao seu tempo e espaço nas redes sociais, nomeadamente ao nível familiar. Chegam a ter reações negativas ou desconforto quando questionadas sobre o tempo de utilização.

Dificuldade em desligar – A utilização das redes sociais prejudica, tendencialmente, no momento de adormecer. Acabam por estender o tempo de utilização das redes sociais, não desligando quando tinham previsto ou desejado.

Quanto às dimensões identificadas por Shahnawaz & Rehman (2020), no que se refere à dependência da Internet e das Redes Sociais, observou-se que nas entrevistas realizadas aspetos relacionados com: Saliência; Alterações de humor; Sintomas de abstinência; e Conflitos. No que se refere à Tolerância, quando comparado com momentos anteriores, não verificou um aumento da utilização das redes sociais e não há uma evidência que sustente a recaída, porque algumas das entrevistadas nunca realizaram tentativas de abandonar as redes sociais, embora algumas tenham reduzido o seu tempo de utilização, mas com desejo de estar conectadas (Quadro 8).

Quadro 8 – Situações verificadas com base nos critérios dependência da Internet e das Redes Sociais (Shahnawaz & Rehman, 2020)

	Mariana	Rita	Sara	Teresa
Saliência – Quando as redes sociais dominam a vida (pensamentos, sentimentos e comportamentos). Mesmo que a pessoa não esteja ativamente envolvida nas redes sociais, ele ou ela pensam nelas regularmente.	Sim	Sim	Sim	Sim
Alterações de humor – Quando a utilização de redes sociais modifica o estado de humor (aumenta e/ou reduz).	Sim	Sim	Sim	Sim
Tolerância – Quando o aumento da quantidade (utilização de redes sociais) é necessário obter efeitos anteriores.	Não	Não	Não	Não
Sintomas de abstinência – Sensação desagradável quando se não é capaz de utilizar as redes sociais por causa da falta de rede ou da falta de bateria no smartphone, etc.	Sim	Sim	Sim	Sim
Conflito – Quando as redes sociais causam conflitos nas relações reais ou noutras atividades, tais como académicas, trabalho ou relacionamentos.	Sim	Sim	Sim	Sim
Recaída – Retoma da utilização das redes sociais após tentativas de controlo da utilização.	Não	Não	Não	Sem dados

Fonte: entrevistas realizadas

10. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O exercício de contabilizar o tempo de exposição aos ecrãs poderá estar facilitado se utilizarmos uma inversão e nos questionarmos sobre o tempo em que não estamos nos ecrãs. Esta complexidade de calcular com precisão o tempo total que estamos frente aos ecrãs tem como epicentro as transformações no mercado de trabalho, a digitalização da economia e das rotinas da vida quotidiana e, também, a massificação dos smartphones e dos tarifários ilimitados de dados, que impõem a força digital nas nossas vidas.

As relações sociais estão num processão de ecranização, através do qual, a interação com os ecrãs cresce e conquista uma centralidade sem precedentes.

A nossa disponibilidade, condiciona a forma e o tempo como absorvemos e somos absorvidos pelos ecrãs. Por este motivo, não é de estranhar que os jovens em idade escolar e os adultos sem ocupação profissional, apresentem uma maior propensão para a exposição aos ecrãs.

Hoje, a internet e as redes sociais, tornaram-se necessidades de primeira importância e, paulatinamente, estão a acentuar a dependência tecnológica, que se reflete numa adição comportamental que gera situações de mudança de humor, ansiedade, isolamento, tolerância e recaída, mais preocupantes em quem está (ainda que momentaneamente) mais vulnerável ou numa situação de imaturidade emocional associada.

Estas modificações comportamentais são transversais a todas as idades, géneros, situação face ao emprego, estado civil, habilitações escolares e rendimento. Não há situações de impermeabilidade à transformação tecnológica. Todavia, há diferentes níveis de impacto, cujos dados anteriormente apresentados, permitem encontrar padrões diferenciados de comportamento, que oscilam de acordo com atributos, como idade, escolaridade, estado civil, rendimento e situação perante o trabalho.

As gerações, sobretudo as mais jovens, estão fortemente associadas à tecnologia, tornando a comunicação física algo obsoleto e descartável. Comunicar

tornou-se um ato que carece de mediação tecnológica. O que remete para um predomínio da relação à distância, talvez até para relações distantes, estabelecidas entre pessoas que, quando não acedem às tecnologias sentem que lhes falta a vida (online). Nos dados que aqui apresentamos sobre a utilização da internet e das redes sociais identificamos uma diversidade de tarefas diárias que absorvem, por completo, a dimensão física em privilégio da tecnológica.

Os dados apontam para uma ecranização das rotinas quotidianas em que a relação com os ecrãs ocorre por força de atividades profissionais/estudo e, cumulativamente, por necessidades de lazer.

As redes sociais, como demonstram os resultados obtidos, estão num estado de consolidação na vida e rotinas dos portugueses. O Facebook e o WhatsApp tornaram-se instrumentos indispensáveis de comunicação e expressão dos utilizadores da internet. Através de um smartphone, os utilizadores acedem a uma imensidão de oportunidades, através de uma lógica de simplicidade de manuseamento das App, em qualquer lugar ou momento, tornando a vida digital bastante atrativa e compulsiva. Enquanto nos jovens as redes sociais são, fundamentalmente, uma ferramenta de comunicação e de lazer/diversão, nos adultos prevalece uma lógica de caráter mais ocupacional. Todavia, os dados das entrevistas, permitem atestar uma compulsividade na utilização das redes sociais e uma necessidade de estar online como fonte de prazer.

Das & Sahoo (2011) explicam que o conceito de compulsividade é aplicável aos utilizadores das redes sociais, uma vez que é consequência de um comportamento impulsivo retido, onde os utilizadores passam horas nas redes sociais a falar com os seus amigos, a observar alterações e atualizações do perfil de outros utilizadores, e aproveitam para comentar vídeos, fotos, e alterar o seu próprio estado tornando-se, assim, um hábito compulsivo. Esta situação de compulsividade é observável no comportamento das entrevistadas, para as quais estar online é sinónimo de existência.

Ainda que os dados quantitativos obtidos não configurem um quadro dramático, sustentam um cenário de elevada preocupação sobre a diversidade de estímulos tecnológicos que potenciam o alhear da vida física em benefício da vida digital. Responder a emails, responder a mensagens em múltiplas plataformas, publicar e reagir a fotos, vídeos e comentários na diversidade de

redes sociais, constituem um quadro de estímulos que antecedem um quadro de dependência digital. Aliás, esta ideia é desenvolvida por Azevedo et al (2016), que sublinham que os utilizadores que se encontram num estado de dependência digital e de redes sociais digitais utilizam a internet como ferramenta para possibilitar e facilitar a comunicação, gerando sentimento de prazer e satisfação, o que pode acarretar um fator aliciador para a dependência.

É comum observarmos no quotidiano pessoas que circulam nas ruas o seu foco nos ecrãs do smartphone ou a mistura de outras atividades sociais e profissionais com momentos de foco nos ecrãs. Este fenómeno, designado por *phubbing*, que resulta da expressão, que junta palavra "*phone*" (telefone) com "*snobbing*" (desprezar), agrega comportamentos que promovem a alienação da realidade e desconexão, é um sintoma do caminho de dependência tecnológica em que nos encontramos. Chotpitayasunondh & Douglas (2018) estudaram as consequências do *phubbing* e demonstraram que são a génese de sentimentos negativos, tanto para quem o pratica, como para quem é vítima. Quem é ignorado sente que são ameaçadas quatro necessidades elementares: o sentimento de pertença/ligação, a segurança/perceção de controlo, a autovalorizarão/autoestima e existência com sentido/significado.

Os dados quantitativos e qualitativos recolhidos, permitem identificar diferenças de comportamento a partir de atributos e obter elementos que nos ajudam a explicar a diversidade de transformações no comportamento humano que resultam da transformação tecnológica em curso.

10.1 Práticas de uso dos ecrãs e os comportamentos aditivos que daí resultam

A internet já não é um mundo novo. As redes sociais também já não são a última novidade na vida online. A intensidade, disponibilidade e facilidade com que acedemos, em qualquer lugar e a qualquer hora, veio revolucionar as nossas rotinas e introduzir novos espaços de prazer, necessidades de conetividade e comportamentos que procuram a novidade e imprevisibilidade da vida digital. A coabitação quotidiana entre o espaço físico e o espaço digital é uma realidade que potencia, cada vez de forma mais intensa, uma diversidade

de práticas de utilização de ecrãs, independentemente dos fins a que se destinam: profissionais ou lúdicos. Essas práticas apresentam-se num continuo, semelhante ao continuo da existência individual, onde alguns indivíduos procuram um controlo do comportamento e da utilização que quebre essa captura conquistada pelos estímulos associados.

A tecnologia digital está cada vez mais penetrada nas nossas rotinas. O acesso ao correio eletrónico (90,7%), a pertença a grupos WhatsApp (89,8%), uma panóplia de plataformas de interação profissional, são alguns dos elementos que vieram alterar profundamente as nossas rotinas profissionais e complexificar a fronteira entre a vida profissional e a vida pessoal. Se somarmos à transformação anterior a massificação de outros estímulos digitais, como plataformas de rede social, compras online, *home banking*, jogos e uma imensidão de Apps que nos chegam pelos smartphones (principal porta de acesso ao mundo digital), verificamos que estamos a ser absorvidos pela tecnologia, numa escalada para níveis de dependência de ecrãs nunca observado na história da humanidade.

A comunicação entre pessoas está num estado de fluidez acelerada. Enviar um email e de seguida uma mensagem WhatsApp dando conta desse envio, é uma prática que potencia um sentimento de falta de resposta e, consequentemente, uma adição á tecnologia na tentativa de satisfazer a ausência de resposta, de certo modo a falta de um preenchimento psíquico. Este tipo faltas é gerador de comportamentos impulsivos/compulsivos de utilização dos ecrãs, procurando estar num estado "online de respostas".

Há sempre um email a chegar e uma qualquer notificação numa rede social. Este facto, é altamente transformador do comportamento dos utilizadores. O nível de utilização do correio eletrónico, superior a 84,9% em todas as classes etárias, e a utilização de redes sociais, com uma variação de 91,5% na classe etária mais jovem (24 ou menos anos) e 41,5% na classe de mais de 65 anos, é a evidência de que ocorrem diferentes impactos no comportamento dos utilizadores. Por um lado, os jovens, nativos digitais e com processos de socialização digital mais consolidados e, por outro lado, os adultos que não sendo nativos digitais, têm nas rotinas digitais, práticas profissionais e atividades de lazer.

A internet é cada vez um mundo de possibilidades de lazer, assuntos pessoais, compras, viagens, informação, negócios. As redes sociais são, cada vez mais, um

universo paralelo que se confunde com o nosso quotidiano físico. O desafio não está em privar o uso, mas sim encontrar um equilíbrio pois, como já referimos na discussão teórica, os comportamentos que se desenvolvem na internet e nas redes sociais têm um efeito de prazer e satisfação dos utilizadores, constituindo uma fronteira muito ténue entre a utilização normal e a utilização patológica de ecrãs. É necessário cada vez mais ajudar as pessoas a construírem esse equilíbrio com os recursos psíquicos internos que possuem ou possam vir a desenvolver.

Há um condicionamento operante (Skinner) que utiliza a recompensa e a punição face a um determinado comportamento. Na internet e nas redes sociais existe um reforço que resulta do prazer que daí advém. "O neurotransmissor que parece estar mais associado à experiência de prazer é a dopamina; sabemos, depois de anos de pesquisa, que drogas, álcool, jogo de azar, sexo, comida e até mesmo exercício físico, envolvem mudanças nesse neurotransmissor (Hartwell, Tolliver & Brady, 2009). Em essência, nos tornamos dependentes do intermitente e do imprevisível fluxo de dopamina que passa a ser classicamente associado à substância ou comportamento que utilizamos. É aqui que a internet se encaixa" (Young & Nabuco de Abreu, 2011, p.170). Internet e redes sociais são espaços de prazer. Nos dados do inquérito por questionário e nas entrevistas realizadas, fica claro o elemento prazer e a perda de noção do tempo como fatores explicativos de uma imersão na vida digital.

Os participantes neste estudo apresentam sinais de propensão para comportamentos aditivos. Têm na consulta ao email (90,7%) o principal motivo para acesso à internet. Se atendermos que o smartphone é o principal meio de acesso ao consumo digital (Fialho, Dias & Macedo, 2022), vimos neste tipo de equipamento um elevado potencial de propensão para o comportamento aditivo. Igualmente, a atividade profissional para 84,7% dos participantes, é o segundo fator que mais estimula a necessidade de estar conectado. As redes sociais, ainda que com uma dimensão lúdica, são o terceiro fator, com 72,0%, que estimula a conetividade. Estes três fatores colocam-nos perante uma fronteira muito ténue e complexa para diferenciar a barreira entre a utilização profissional e a utilização social da internet e das redes sociais.

Se olharmos para a diversidade de estímulos como, estudar/pesquisar (69,5%), aceder a serviços públicos (65,8%), comprar produtos e

serviços (62,5%), lazer e diversão (58,5%), fazer camadas e conversar (54,25), *home banking* (53,6%) e ver televisão, filmes e ouvir música (51,0%), estamos perante uma diversidade de elementos que potenciam a dependência de internet, tornando a ligação online um bem de primeira necessidade e, simultaneamente, um potencial crescente de adição.

O WhatsApp é a rede social mais utilizada. Apesar das suas vantagens de comunicação instantânea, esta aplicação estimula um comportamento de necessidade de resposta imediata e de continuidade de verificação das mensagens. O potencial de dependência é muito grande. Os participantes nesta investigação, em 89,8%, assinalaram o WhatsApp com a rede social mais utilizada. Hoje, verificamos que grupos de amigos, colegas de trabalho, grupos de estudantes e outras afinidades, utilizam esta aplicação como forma de interação instantânea. Este facto, associado a outras redes sociais de grande penetração nos jovens e adultos, como o Facebook (79,4%), Instagram (62,9%) e o YouTube (60,9%), entre outras, contribuem para um padrão de comportamento aditivo que resulta da necessidade de reagir aos estímulos constantes (notificações) e a uma cultura instalada de resposta na hora, facto que contribui para a construção de uma lógica de interação de dependência de ecrãs. Se por um lado é cada vez mais difícil desenvolver atividades e interações sem a mediação digital, por outro lado, é cada vez mais complexo distinguir a fronteira entre a utilização "normal" e a utilização "patológica".

Os dados obtidos permitem identificar uma prática híbrida de utilização da internet, fortemente continua ao longo das rotinas diárias, confundindo-se o espaço de utilização entre os compromissos formais (escola ou trabalho) e os espaços de lazer. A complexidade desta fronteira e a elevada preocupação com o que se passa online, constitui um quadro potenciador de dependência online, visível e transversal em todos os participantes. Independentemente dos atributos, os dados obtidos permitem observar padrões bastante elevados de consumo de ecrãs, com nuances já apresentadas na descrição dos resultados.

10.2 Comportamentos aditivos nos utilizadores de ecrãs

Transtorno de dependência de internet, uso patológico da internet, abuso de internet, comportamento possibilitado pela internet, uso compulsivo da internet, compulsão de redes sociais e dependência virtual (Greenfield, 1999)

constituem um conjunto de conceitos cuja finalidade é demonstrar uma dependência de ecrãs. Trata-se, segundo Azevedo et al de "uma inabilidade que o sujeito possui para reprimir e controlar impulsos pela conectividade, provocando desconforto e sentimento de culpa. Tais comportamentos compulsivos podem gerar, inicialmente, um alívio de tensão perante a ansiedade, a depressão, a falta de habilidade social em comunicação face a face. Porém, trazem efeitos significativos sobre o estado psicológico e fisiológico, como alterações do ciclo vigília/sono, problemas relacionados às relações interpessoais, profissionais, sexuais entre outras" (2016, p.2).

O uso compulsivo possibilitado pela internet e pelas redes sociais, cuja porta de acesso são smartphones, tablets, computadores, constituem uma conjugação de elementos potenciadores da dependência digital. Igualmente, planos de tarifário com dados ilimitados ou facilidade de pontos de WiFi, contribuem, também, para potenciar e facilitar ao acesso á internet e às redes sociais.

Os dados permitem observar que a internet e as redes sociais funcionam como "escape" para aliviar estados psicológicos (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão) e, simultaneamente, geram uma necessidade de estar online para acompanhar o pulsar da vida digital. Estes dois fatores são indutores de estados de tolerância e abstinência com impacto físico, gerando desconforto através da irritabilidade e ansiedade quando existe interrupção do uso.

Para haver dependência de substâncias os critérios de produção de intoxicação/prazer com alteração do estado de humor e a consciência, o desenvolvimento de padrão de uso excessivo, um impacto negativo numa esfera da vida pessoal e a presença de estados de tolerância e abstinência constituem um conjunto de variáveis a observar. Os resultados obtidos permitem observar a presença desta variáveis, com maior incidência na utilização da internet. Obter satisfação (12,6% e 5,3%), perda de noção do tempo (20,8% e 17,5%), ansiedade com as falhas de internet e a privação de acesso (28,5% e 20,4%), agravados com a necessidade de estar online para manter estados de equilíbrio psicológico (43,5% e 40,1%), na internet e nas redes sociais, são resultados que, ainda que não configurem um cenário de elevada dependência digital, apontam para um quadro de preocupação para um crescente estado de dependência digital.

Discutir a dependência digital apela uma diferenciação entre utilização profissional e utilização lúdica e social. Enquanto na utilização profissional há também riscos psicossociais, a dependência pela utilização lúdica implica a imersão em redes sociais, jogos, compras, atividades sexuais (*sexting*, venda de conteúdos, encontros amorosos) que tornam complexa a fronteira para definição do tempo de adição e o mapeamento de comportamentos aditivos na utilização da internet e das redes sociais.

A abstinência envolve estados de excitação e desconforto psicológico e fisiológico quando desligado da internet. Ainda que não sejam as variáveis mais expressivas da escala de Young (1998), a internet com 28,5% e as redes sociais com 20,4%, evidenciam um quadro de preocupação e que pode resultar em transtornos no uso.

A intoxicação digital observada resulta em desequilíbrio na vida das pessoas com impacto em esferas importantes da vida como, por exemplo, família, amigos, finanças, saúde, trabalho e outro tipo de desempenhos expetáveis da condição humana. Os resultados desta investigação são pouco significativos, com 3,0% e 2,9% a referirem que comprometeram ou arriscaram a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet ou das redes sociais. Contudo, importa sublinhar que na classe etária de 24 ou menos anos, os resultados da escala de Young (1998) são mais elevados, deixando sinais de alerta e preocupação sobre os utilizadores mais jovens.

Se a internet e as redes sociais não influem em nenhuma área da vida humana não podemos dizer que se trata de um problema de dependência para o individuo. Contudo, ainda que não se verifique dependência, pode ocorrer uma utilização desequilibrada resultante de desequilíbrios causados pelo excesso de tempo de consumo de ecrãs e o desejo de parar e a incapacidade de parar (tentativas) e na forma como essa utilização desregula outras áreas da sua vida, nomeadamente as relações laborais e com as pessoais significativas.

Há fatores do consumo de internet e redes sociais que se assemelham ao que ocorre no consumo de outras substâncias. A dependência de outras substâncias não digitais ocorre pela facilidade de absorção das mesmas pela corrente sanguínea. No caso da dependência digital a simplicidade do *scroll* e do clique para acesso a imagens, vídeos e outros conteúdos digitais produz um aumento do comportamento aditivo, agravando os sintomas de abstinência.

A abstinência traduz-se na exteriorização de comportamentos e atitudes de frustração, perda, irritabilidade, isolamento social, intranquilidade estimulados pela falta de ligação ao mundo digital. Os dados obtidos, colocam a classe etária mais jovem e estudantes como com uma maior prevalência destes comportamentos e atitudes, devido ao fato do desenvolvimento destas capacidades de gestão emocional ainda estarem em curso, bem como a própria construção da personalidade, que se vai moldando em torno da necessidade de mentir ou omitir para ocultar o descontrolo da utilização da internet e das redes sociais.

Atingir o estado de abstinência total é uma impossibilidade. O desafio é saber gerir os equilíbrios. Quando vivemos num mundo cada vez mais potenciado pela vida digital para acesso de a uma multiplicidade de atividades profissionais, sociais e pessoais, torna-se excessivamente difícil atingir um estado de abstinência total, como acontece em outros consumos, como álcool e drogas. No entanto, encontrar os limites do equilíbrio e do consumo moderado é o desafio, que pode passar por construir novos padrões de utilização consciente e moderados sobre a internet e as redes sociais deve estimular o amplo desafio na comunidade civil e científica. Nomeadamente conquistando tempos de não utilização.

O apelo ao consumo digital é grande. No quadro dos fatores que promovem a dependência digital segundo Greenfield (2011) e que tornam o mundo digital atrativo encontramos fatores que se distribuem por cinco categorias.

1. Fatores de conteúdo. O mundo virtual tem propriedades aditivas que resultam da facilidade de acesso a música, vídeos, jogos, fotografias, filmes e uma imensidade de conteúdos que alimentam o desejo de estar ligado e, simultaneamente, proporcionar um prazer fácil e em qualquer lugar e momento. O consumo digital é uma injeção de prazer no nosso sistema nervoso. Estas injeções estão na nossa palma da mão, através do smartphone, principal meio de acesso ao prazer e a um estilo de vida que se quer normalizar e que está a transformar a essência das relações sociais.
2. O acesso ao prazer online está facilitado. Os participantes neste estudo exibem uma diversidade de variáveis que se enquadram, de forma significativa, nesta categoria: ver TV, filmes, vídeos e ouvir

música, comprar produtos e serviços, lazer e diversão, utilizar as redes sociais, informações sobre destinos/viagens. A expressividade destas variáveis é mais significativa na classe etária de "24 ou menos anos".

3. Fatores de processo e acesso/disponibilidade. Não há substância mais aditiva do que a internet. Está disponível em qualquer lugar, 24 horas por dia e 7 horas por semana e com uma imensidão de novidades a qualquer momento. Os resultados obtidos demonstram que os participantes no estudo, revelam enormes preocupações com a vida online, sobretudo com o que se passa na internet, sendo esta preocupação transversal a todas as classes etária, mas com maior relevância nos mais jovens.
4. Fatores de reforço/recompensa. A internet e as redes sociais funcionam com uma lógica de reforço. A atração da internet e das redes sociais tem por base uma logica de reforço/recompensa que decorre do prazer obtido em estar online, não só como escape, mas também para fruir de uma imensidão de oportunidades que a vida digital oferece.
5. Fatores sociais. A tecnologia que nos liga ao mundo é a mesma que nos afasta da realidade social e que diminui o treino necessário para a aquisição das competências psicossociais. Sendo por isso depois mais difícil obtermos prazer na vida física das relações. Assim parece-nos que as experiências virtuais tendem a substituir uma multiplicidade de ações que se desenvolviam com base em contato presencial. Passamos de uma fase de meros consumidores de conteúdo para uma realidade de produção de conteúdo no Youtube, TikTok, Facebook, entre outros, com o estímulo acrescido de se poder tornar viral. Esta presença online caminha para uma lógica aditiva que pode provocar desequilíbrios. A resposta a um email em qualquer hora e em qualquer lugar passou a ser uma experiência social que, em consonância com outras possibilidades de resposta a estímulos digitais, contribui para uma escalada de dependência digital.
6. Fatores da Gen-D. Temos hoje uma geração que nasceu e cresceu com a consolidação da internet e com a massificação das redes sociais.

Para estes, toda a disponibilidade de equipamentos digitais torna difícil a tarefa de distinção entre padrões comportamento equilibrados e comportamentos desajustados. Os dados apontam que na classe etária de menos de 24 anos há uma maior propensão para a dependência digital.

Segundo Alves (2014) é possível perceber se um utilizador de internet apresenta características que permitem chegar ao diagnóstico de dependência. Para este efeito apresenta um conjunto de características para perceber o comportamento: preocupação, necessidade (tolerância), irritabilidade, fuga, mentira, lesões, prejuízos/malefícios, apatia, ilusão, tempo e temas.

Para identificar a dependência (Young, 2004 e 2009) sugere que sejam consideradas as características tolerâncias, perda de controlo, negligência, impacto na vida familiar, profissional e social, abstinência e recaídas.

A tolerância, associada à preocupação com o que acontece na internet e nas redes sociais é, em ambos os casos, mais elevada no género masculino, mas é o género feminino que utiliza a internet e as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão).

As "situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair, cuja característica é a perda de controlo, apresenta os valores mais elevados no escalão etário de "24 anos ou menos". Se associarmos a variável "utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)" contatamos também que são os dois escalões etários mais jovens que apresentam os valores mais significativos, respetivamente 72,9% e 66,5%. Verificamos também que estas características são mais expressivas no escalão etário "menos de 24 anos". Importa também sublinhar que quanto mais elevado for o escalão etário, menor é o impacto destas características. A quase total disponibilidade de tempo, sobretudo nos estudantes ou participantes sem ocupação profissional, associado à variável rendimento, são elementos que influenciam o fator dependência de internet ou de redes sociais.

Por isso a preocupação com os trabalhadores independentes e os estudantes que apresentam resultados superiores na utilização dos ecrãs para lazer e diversão, e nos jogos online.

10.3 Práticas regionais de utilização aditiva dos ecrãs

A utilização dos ecrãs apresenta diferenças ligeiras no continente e nas regiões autónomas. Os dados recolhidos, ainda que moderados, permitem identificar três níveis de dinâmica de utilização: uma mais intensa nas regiões, Norte, Centro e Área Metropolitana de Lisboa, uma utilização mais moderada nas regiões do Alentejo e Algarve e, por último, uma utilização mais ténue nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Há variáveis que são decisivas nas finalidades de utilização dos ecrãs em todas as regiões. Os níveis de escolaridade e os rendimentos são as variáveis que mais influem no tempo de exposição aos ecrãs. Contudo, importa também sublinhar que os participantes sem rendimentos e que são maioritariamente os estudantes, apresentam, neste caso, níveis de utilização elevados. O que por sua vez também pode ser preocupante, por tudo o que já fomos abordando, mas também porque em relação aos rendimentos, os participantes que estão nas zonas limite, os sem rendimentos e os que têm rendimentos no limite superior da classificação, se destacam na utilização dos ecrãs para jogos online.

A principal interação com os ecrãs em todas as regiões reside na atividade profissional e no acesso ao correio eletrónico. Este nível de utilização assente numa lógica mais profissional, ocorre em simultâneo com um nível de utilização lúdica, em que se destacam a utilização de redes sociais, lazer e diversão, ver TV, filmes, vídeos e ouvir música.

As redes sociais mais utilizadas no continente são o WhatsApp, Facebook e Instagram, na Região Autónoma da Madeira o Facebook, WhatsApp Instagram e na Região Autónoma do Açores o Facebook, WhatsApp e YouTube são as redes sociais mais utilizadas.

Na aplicação da escala de Young (1998) ao cruzamento com os atributos dos participantes no inquérito por questionário, obtivemos diferenças que nos permitem encontrar padrões diferenciados de propensão para adição na utilização da internet e das redes sociais.

O género masculino apresenta uma maior propensão para a dependência de internet nas regiões Norte, Centro, Alentejo, RA Madeira e RA Açores, enquanto do género feminino se sobressai na Área Metropolitana de Lisboa e no Algarve.

Contudo, a utilização de redes sociais não segue a mesma linha, verificando-se que o género masculino é mais propenso para a dependência de redes sociais na região Norte, Alentejo, Madeira e Açores, enquanto o género feminino está mais exposto nas regiões do Centro, Área Metropolitana de Lisboa e Algarve.

A idade dos utilizadores também é reveladora de diferenças nos padrões de utilização e, consequentemente, uma maior propensão para a dependência de ecrãs. Em todas as regiões o grupo etário de "24 ou menos" anos é a mais que se sobressai inequivocamente na utilização da internet e das redes sociais de formais mais intensa. Todavia, nas regiões Norte, Lisboa, Alentejo, RA Madeira e Açores, encontramos um padrão de utilização da internet mais intenso nos participantes mais jovens e que vai decrescendo de intensidade de utilização até ao grupo etário dos "55 a 64 anos", voltando a aumentar, ainda que de forma ligeira, nos "65 anos ou mais". Nas regiões Centro e Algarve o decréscimo ocorre numa logica dos "mais novos" para os "mais velhos". Na utilização das redes sociais a tendência de decréscimo até ao grupo etário dos "55 a 64 anos" e ligeiro aumento nos "65 anos ou mais" ocorre na região Norte, Lisboa, RA Madeira e RA Açores, enquanto nas regiões Centro, Alentejo, e Algarve a linha é de decréscimo há media que aumenta a idade.

Ao nível da escolaridade encontramos diferença entre níveis. Nas regiões Norte, Área Metropolitana de Lisboa, RA Madeira e RA Açores a maior propensão para a dependência de internet verifica-se nos participantes com ensino básico, enquanto na região Centro os participantes com o ensino secundário são os que apresentam maior risco. O ensino superior verifica-se no Alentejo e Algarve. Na utilização de redes sociais o ensino básico está mais exposto na RA da Madeira e RA dos Açores, o secundário nas regiões, Norte, Centro e Área Metropolitana de Lisboa, enquanto o nível de ensino superior se verifica no Alentejo e Algarve.

Ao nível do estado civil, a utilização da internet ou das redes sociais, pelos participantes "solteiros/as" (com exceção da RA Madeira em que são os "casado/a") verifica-se em todas as regiões como os que estão mais propensos para a dependência dos ecrãs. Contudo, há outros estados civis que importa destacar. Nas regiões Norte, Centro, Alentejo, e RA Açores, os participantes em "união de facto" também apresentam grande expressão na exposição à internet.

Os estados civis ”divorciado/a” na Área Metropolitana de Lisboa e “separado/a” no Algarve constituem os outros estados civis que importa diferenciar.

Na utilização de redes sociais os participantes “solteiro/a” também são os que mais sobressaem em todas as regiões. Todavia, a “união de facto” no Norte, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo, RA Madeira e RA Açores surgem como os estados que suscitam maior propensão para a dependência de ecrãs. No centro “viúvo/a” e “separado/a” no Algarve, são os outros dois estados civis que se sobressaem nesta análise.

Na situação profissional, verifica-se uma equivalência entre a utilização da internet e das redes sociais. Nas regiões Norte, Centro e Área Metropolitana de Lisboa os estudantes e os participantes que se encontram na situação de desemprego são quem está mais exposto aos ecrãs e com maior propensão para a dependência. Na região Alentejo os participantes que são “Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)” e os “Reformado/a ou pensionista” são quem está mais exposto, entanto no Algarve são os trabalhadores por conta de outrem (setor privado) e os trabalhador independentes quem se sobressai. Nas regiões autónomas a situação profissional é diferente do continente: RA Madeira: setor privado e estudantes e RA Açores: setor privado e público.

Por fim, ao nível do rendimento também verificamos um padrão idêntico na utilização da internet e das redes sociais onde se sobressaem os participantes sem rendimentos ou baixos rendimentos, ainda que na RA Açores se verifique alguma diferenças.

O quadro seguinte apresenta o perfil de risco do utilizador de internet por cada região, tendo em conta os atributos dos participantes com o cruzamento dos fatores da escala de Young (1998).

Quadro 9 – Perfil de risco do utilizador de internet por região

Região	Perfil de risco
Norte	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: Ensino básico Solteiro ou união de facto Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €
Centro	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino secundário Solteiros ou união de facto Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €
AML	Género feminino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino básico Solteiro ou divorciado Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €
Alentejo	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino superior União de facto ou solteiro Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e Reformado/a ou pensionista Rendimento: 705,01€ a 1200 € 705,01€ a 1200 € e 1200,01€ a 2000 €
Algarve	Género feminino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino superior Solteiro ou separado Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e trabalhador independente Rendimento: 705,01€ a 1200 € e mais de 3000 €

Região	Perfil de risco
RA Madeira	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino básico União de facto ou casado Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e estudantes Sem rendimento mensal e 1200,01€ a 2000 €
RA Açores	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 35 a 44 anos Escolaridade: ensino básico Solteiro ou união de facto Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e Trabalhador/a por conta de outrem (setor público) Rendimento: 1200,01€ a 2000 € e 2000,01€ a 3000 €

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

O quadro que se segue apresenta o perfil de risco do utilizador de redes sociais por cada região, tendo em conta os atributos dos participantes com o cruzamento dos fatores da escala de Young (1998).

Quadro 10 – Perfil de risco do utilizador de redes sociais por região

Região	Perfil de risco
Norte	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino secundário Solteiros e união de facto Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €
Centro	Género feminino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino secundário Viúvo e solteiro Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €

Região	Perfil de risco
AML	Género feminino Grupo etário: menos de 24 anos e 65 ou mais anos Escolaridade: ensino secundário Solteiro e união de facto Estudantes e desempregados Sem rendimento mensal e Até 705 €
Alentejo	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino superior União de facto e solteiro Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e Reformado/a ou pensionista Rendimento: 705,01€ a 1200 € 705,01€ a 1200 € e 1200,01€ a 2000 €
Algarve	Género feminino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino superior Solteiro e separado Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e trabalhador independente Rendimento: 705,01€ a 1200 € e mais de 3000 €
RA Madeira	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 25 a 34 anos Escolaridade: ensino básico União de facto e casado Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e estudantes Sem rendimento mensal e 1200,01€ a 2000 €
RA Açores	Género masculino Grupo etário: menos de 24 anos e 35 a 44 anos Escolaridade: ensino básico Solteiro e união de facto Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado) e Trabalhador/a por conta de outrem (setor público) Rendimento:1200,01€ a 2000 € e 2000,01€ a 3000 €

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

10.4 Perfis de comportamentos aditivos na utilização dos ecrãs

A diversidade de estímulos digitais que estamos expostos torna complexa a tarefa de diferenciar o que é uma utilização patológica e uma utilização normal. Acresce a este facto, que o exercício de atividades profissionais, de lazer e consumo ou da vida quotidiana estarem, cada vez mais, inerentes a acessos digitais, como plataformas, App ou sites.

Se por um lado os dados obtidos não apontarem para um problema generalizado de adição digital, por outro lado, soam alertas sobre o excesso de estímulos digitais que moldam a nossa vida quotidiana.

A sobreposição de utilizações que fica evidente com a análise dos resultados, demonstra que não existe a exclusividade de utilização de uma única rede social, mas sim, a utilização de várias, facto que se traduz num campo constante de estímulos aos utilizadores.

As três redes do grupo Meta (WhatsApp, Facebook e Instagram) são as mais utilizadas e, em ambos os casos, é o género feminino que apresenta uma maior utilização. O WhatsApp, com 91,6% no género feminino e 84,5% no género masculino, conferem a esta rede o topo das preferências. De um modo geral, o género feminino apresenta maiores níveis de utilização.

É no escalão mais jovem (24 anos ou menos) que se verifica uma maior propensão para a adição com os ecrãs. As redes sociais assentes em conteúdos de imagem, como o Instagram, TikTok ou Youtube, são as que se destacam por serem as mais utilizadas pelos jovens. A instantaneidade do registo fotográfico e/ou vídeo e o facto de uma das características destes utilizadores ser a produção e manuseamento (edição) da imagem, em detrimento da escrita, justificam esta tendência.

Para os participantes sem rendimento mensal, que são sobretudo os estudantes e os jovens no grupo etário até aos 24 anos de idade, o Instagram é a rede social mais utilizada (se excetuarmos o WhatsApp). A utilização do WhatsApp acompanha o aumento do escalão de rendimento, ou seja, quanto maior o rendimento, maior a taxa de utilização.

Uma característica que se sobressai, e que pode funcionar como um mecanismo de adição de ecrãs, é a instantaneidade da mensagem e o culto da imagem, bem presente no escalão etário mais baixo e validado pelas entrevistas realizadas.

A principal finalidade de utilização da internet é para acesso ao correio eletrónico (email) (90,7%) e atividade profissional (84,7%). A utilização da internet para acesso às redes sociais aparece em terceiro lugar (72,4%), ficando à frente da finalidade de estudo ou pesquisa (69,5%). Esta trilogia email/trabalho/redes sociais) funciona como um modelo potenciador de adição a ecrãs, facto que se traduz num sentimento de falta, como nos revelam dados ma matriz de Young (1998), em que existe uma enorme preocupação com o que se passa online e o online como escape.

A interação com os ecrãs, sejam eles de computador, tablet ou smartphone, tem por base uma diversidade de estímulos que se dividem entre atividades profissionais e atividades de lazer. Os jovens apresentam uma interação mais lúdica com os ecrãs, ao contrário dos restantes grupos, cuja utilização profissional está mais vincada. Todavia, independentemente destas lógicas de utilização, há uma transversalidade em todos os participantes que assenta na necessidade de responder a estímulos digitais.

A preocupação com o que se passa na internet e procurar estar online regularmente foi um comportamento afirmado por 63,9% dos participantes, enquanto 41,3% menciona quanto à utilização das redes sociais a mesma preocupação e procura por estar online regularmente. São sobretudo os jovens adultos (com menos de 34 anos e entre os 25 e os 34 anos) que se mostram mais preocupados com o que se passa na internet e nas redes sociais e que procuram estar mais tempo online. Aliás, o tempo, é um tempo que assenta numa lógica de "perda de noção" do tempo online.

Mais de um quarto das pessoas participantes respondeu sentir-se irritada e ansiosa quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhes permite aceder à vida online (28,5%), enquanto cerca de um quinto afirmou sentir o mesmo quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhes permite aceder às redes sociais (20,4%). São as pessoas com menos idade (24 anos ou menos) que se sentem mais irritadas e ansiosas nos contextos anteriormente indicados, seguindo do grupo etário dos 25 aos 24 anos. Estes dados permitem contatar que existe na população mais jovem, uma necessidade de estar online para obtenção de satisfação. Os ecrãs são para estes participantes um mecanismo compensatório e uma fonte de prazer.

O tempo passado na internet e nas redes sociais, 14,3% dos participantes referem ter feito esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet e 9,6% dos participantes sobre o uso das redes sociais. À semelhança de outros indicadores, os grupos etários dos 24 ou menos anos e dos 25 a 34 anos são os que mais responderam com uma afirmação positiva a este critério.

A importância do acesso à internet e às redes sociais em qualquer momento/lugar funciona como um mecanismo balanceador da ansiedade. Quando afastadas, principalmente através do smartphone, verifica-se um sentimento de vazio e frustração, evidenciado pela aplicação da escala de Young (1998) e também pelos dados das entrevistas.

Os pacotes de dados moveis ilimitados para os smartphones são um elemento material aditivo que potencia e alimenta a participação online, sobretudo nas redes sociais.

As redes preferidas dos participantes são aquelas que permitem acesso a conteúdos de consumo mais instantâneo e que obriguem a menor tempo de concentração numa determinada informação. Todavia, verifica-se que o grupo etário mais jovem não é tão adepto do Facebook como os restantes participantes. Esta tendência é confirmada pelos entrevistados.

Os dados das entrevistas explicam que a primeira rede social mais utilizada foi o Facebook, ainda quando menores de idade, para o acesso a jogos. Atualmente não utilizam conta nessa rede. Surge uma mudança de rede social por influência de grupo e/ou pressão social.

As entrevistadas apontam o TikTok como a rede que sentem maior adição, isto é, que passam mais tempo e têm menos capacidade de controlar o tempo ao ecrã. Ao contrário dos dados quantitativos, os dados das entrevistas apresentam uma "adição-TikTok".

Hoje, as redes sociais são, também uma fonte de informação e uma caixa de influência. A diversidade de finalidades de utilização identificadas nos dados quantitativos e a relevância que estas assumem na vida dos utilizadores, funcionam como uma caixa de estímulos aditivos, assentes em momentos de prazer. A dição que resulta da vida nas redes sociais, acontece porque os participantes, segundo os entrevistados" recebem informação e conselhos de *lifestyle* através

dos conteúdos das redes sociais, que procuram seguir ou colocar em prática na sua vida, bem como saber a opinião de terceiros sobre vários assuntos.

Os estímulos do quotidiano também são uma fonte de adição. Para além da exposição aos ecrãs como consequência de atividades profissionais, a transformação digital em curso, também está a potenciar a adição aos ecrãs. A utilização da internet para pagamentos e compras online deve suscitar preocupação, pois a quantidade de estímulos que daí resultam, é um fator de contribui para a necessidade de estar online.

As entrevistadas revelam que "já sentiram que poderiam estar doentes com base no que viram nas redes sociais". Este potencial transformador de emoções, é também outro sinal de preocupação. Para além dos fatores de irritabilidade, existe também este fator crítico. Ainda mais, destacam os entrevistados que "começam a utilizar logo de manhã ao acordar e a conectar-se às redes, bem como antes de dormir. Perdem o sono por estar nas redes sociais à hora de dormir/descansar". Esta aptidão digital para transformar rotinas e estados emocionais é, de facto, um elemento potenciador de adição digital.

Apesar de ficarem muitas perguntas por responder, a vida digital contribuiu para que os utilizadores entrem num modo de "piloto automático", focando-nos menos em si e nos outros, dividindo a atenção com o ecrã, tornando-nos menos reflexivos e sociais (no sentido físico do conceito) e contruindo um caminho que tende a relegar para um plano secundário o mundo que nos rodeia: o mundo real.

A tendência de ecranização das relações sociais, imposta pela transformação digital em curso, deve estimular um amplo debate sobre o caminho de adição aos ecrãs que se está a desenvolver silenciosamente e, simultaneamente, de proporções que atingem um nível de massificação inquietante.

10.5 Limitações do estudo

Os resultados do projeto "*O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses*" de Fialho, Dias & Macedo (2022) apresentaram sinais de dependência digital dos portugueses, sobretudo no acesso às redes sociais e a ecrãs com uma diversidade de finalidades profissionais e de lazer. Todavia, não ficou claro para a

equipa, o potencial de adição dos ecrãs, pelo que se concebeu o projeto "Scroll. Logo existo!" para um aprofundamento da dependência de ecrãs.

Para compreender o potencial de adição dos ecrãs, o "Scroll. Logo Existo! Os comportamentos aditivos no uso dos ecrãs" desenvolveu uma estratégia metodológica que se propunha, a partir dos dados quantitativos e da disponibilidade dos participantes, chegar a utilizadores com comportamentos aditivos nos ecrãs e, através das entrevistas, obter dados em profundidade. Dos 40 participantes identificados como "dependentes e ecrãs", apenas quatro se disponibilizaram. Os restantes, ainda que no inquérito por questionário tenham apresentado essa disponibilidade, quando do trabalho e campo qualitativo, não deram sequência à sua intenção inicial. Deste modo, o número de entrevistas obtido, é para a equipa deste projeto uma limitação que não conseguimos superar.

Os dados quantitativos também, no nosso entender, têm categorias com deficit de participação: estudantes, desempregados, trabalhador/a independente, reformado/a ou pensionistas. Igualmente, a baixa participação das Regiões autónomas da Madeira e dos Açores no inquérito por questionário, também não nos permite desenvolver uma análise com o nível de consistência da que desenvolvemos para o continente.

11. PLANO DE AÇÃO (RECOMENDAÇÕES PARA A AÇÃO)

A tecnologia está a provocar diversas transformações na sociedade, com impacto no quotidiano, em particular na vida profissional e social dos utilizadores de ecrãs. Os avanços da tecnologia, massificação das redes e pontos de acesso à internet, Inteligência Artificial, robótica e internet "das coisas" estão a provocar um conjunto de mudanças que importa monitorizar e mediar o impacto da transformação digital na sociedade, interligado inevitavelmente com a transformação ao nível da maturação emocional e relacional, e nos impactos neurológicos que interferem na capacidade de concentração e consequentemente na construção dos vários tipos de memória das pessoas (nomeadamente na memória de trabalho e na memória a longo prazo).

Os utilizadores não gozam das mesmas competências de utilização de ecrãs. Os dados que apresentámos no início da discussão teórica apontam para diferentes níveis de literacia digital. Os dados recolhidos nesta investigação sustentam um quadro de diferentes lógicas de utilização dos ecrãs. Há diferenças de utilização ao nível de género, idade, habilitações escolares, profissão, rendimentos e região.

O plano de ação aqui apresentado é um conjunto de recomendações que resultam do trabalho etnográfico da equipa de investigação e que pretende apoiar uma transição digital justa e saudável nos diversos ecossistemas, com principal incidência em quatro eixos de intervenção. Este plano pretende contribuir para uma dinâmica de transformação digital equilibrada e focada no equilíbrio das relações sociais, promovendo o reforço das aptidões e competências digitais dos utilizadores de ecrãs.

O plano estrutura-se em:

I. **Intervenção em contexto escolar** – tem como objetivo desenvolver atividades de sensibilização junto da comunidade escolar, aqui entendida como do ensino básico até ao ensino superior (licenciatura) e formar para a sensibilização sobre a dependência digital.

II. **Intervenção na comunidade** – tem como objetivo a dinamização de ações de sensibilização para a população em geral sobre a dependência digital e, simultaneamente, encetar e potenciar o debate sobre o tema.

III. **Intervenção em contexto laboral** – face aos riscos de dependência digital que a rotinas profissionais estão a incutir nos trabalhadores, este programa pretende incluir no tema da "saúde no trabalho" a discussão e sensibilização sobre a dependência digital nas rotinas profissionais.

IV. **Intervenção transversal** – esta ação, de caráter transversal, desafia para a conceção de um programa de "libertação" e "experienciação" livre de computadores, tablets e smartphones, a desenvolver, preferencialmente, durante um fim de semana.

Quadro 11 – Plano de ação (recomendações)

Eixo	Designação da ação	Atividade a desenvolver
I – Intervenção em contexto escolar	Programa ELS (Escola Livre de smartphones)	– Conceção de um programa de sensibilização sobre uso do smartphone em contexto escolar, com principal foco no recreio (utilizar sem proibir o uso); – Conceção de um programa de formação de pares para a sensibilização sobre a dependência digital e que promova experiências online seguras e que não perturbem o bem-estar dos utilizadores; – Dinamização de um roteiro nacional de sensibilização e capacitação sobre os riscos no uso aditivo da tecnologia, potenciando competências de utilização esclarecida de ecrãs; – Debater o conceito de privacidade com os jovens em contexto escolar, discutindo os conceitos de espaço público e espaço privado, intimidade e ciberassédio.

Eixo	Designação da ação	Atividade a desenvolver
II – Intervenção na comunidade	Saber viver nos ecossistemas digitais	– Conceção e desenvolvimento de uma estratégia nacional de sensibilização sobre a dependência digital; Partilhar e discutir boas-práticas de utilização dos ecrãs; – Criar um movimento social "sinalizadores de confiança" para verificar e denunciar práticas e conteúdos ilegais, lesivos e que violem regras de conduta essenciais (direito à privacidade, bom-nome e sã convivência); – Promover e divulgar práticas que estimulem ambientes digitais diversificados, inclusivos, não discriminatórios, sem estereótipos e promotores de práticas saudáveis de utilização de ecrãs; – Conceber um programa de embaixadores digitais que divulguem boas-práticas de utilização de ecrãs e funcionem como agentes multiplicadores; – Criar uma equipa de acompanhamento do impacto psicossocial da transição digital na vida da comunidade.
III – Intervenção em contexto laboral	Tecnologia Q.B.	– Conceção de um programa de sensibilização sobre a dependência digital nas rotinas profissionais.
IV – Intervenção transversal	Detox digital	– Programa de retiro de dois dias sem a utilização de tecnologias digitais (computadores, tablets ou smartphones), estruturado com o desenvolvimento de atividades que fomentem as relações sociais de contacto físico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos não indicam a existência de um problema generalizado de dependência na utilização da internet ou de redes sociais. Por um lado, quanto maior for a penetração da internet nas nossas rotinas, maior é o nível de complexidade para diferenciar a utilização normal e a utilização patológica. Por outro lado, o crescente acesso a bens e serviços que carecem de acesso através de canais digitais, também contribui para a complexidade crescente de diferenciar níveis equilibrados de utilização dos ecrãs. Ainda que não tenhamos encontrado um problema generalizado de utilização de ecrãs, identificámos um conjunto de comportamentos de risco que antecedem a transição para comportamentos de dependência de ecrãs.

Apesar de se verificarem algumas incertezas sobre a diferenciação entre utilização normal e utilização patológica de ecrãs, há um facto em que os dados obtidos são categóricos: vivemos num processo constante de ecranização das relações sociais, através do qual as interações com os ecrãs estão a ocupar espaço das relações de sociabilidade que assentavam no contacto físico.

O fator "disponibilidade" condiciona a forma e o tempo como absorvemos e somos absorvidos pelos ecrãs. São os jovens em idade escolar e os adultos sem ocupação profissional que apresentem uma maior propensão para a exposição aos ecrãs, sobretudo numa dimensão mais lúdica de consumo de redes sociais, como ilustram as entrevistas.

A geração de nativos digitais, por terem nascido na era da internet, a sua socialização desenvolveu-se em contacto regular com os ecrãs, razão pela qual não nos surpreende que estejam mais associados à utilização da tecnologia digital, tornando a comunicação física algo que é absorvido pela comunicação digital e pelas rotinas através dos ecrãs.

A interação social divide-se numa complementaridade entre o digital e o físico. Plataformas como o Facebook e o WhatsApp toraram-se instrumentos indispensáveis de comunicação e expressão dos utilizadores de

ecrãs. O smartphone tornou-se a porta de entrada para uma diversidade de oportunidades de interação. A simplicidade de manuseamento das App, em qualquer lugar ou momento, funciona como um aliciante para tornar a vida digital atrativa e compulsiva.

As redes sociais assentes em conteúdos de imagem, como o Instagram, TikTok ou Youtube, são as que se destacam por serem as mais utilizadas pelos jovens. A geração Z ou *pós-millenial* em que se inserem os participantes com "24 ou menos anos" tem como rede social preferencial o WhatsApp (tal como os restantes escalões etários), mas são o Instagram (94,3%), Youtube (67,9%) e TikTok (60,4%) que ocupam as preferências de utilização.

O registo fotográfico e/ou vídeo e a produção e manuseamento (edição) da imagem, em detrimento da escrita são características que se estão a consolidar entre, principalmente, os utilizadores de redes sociais. Contudo, o WhatsApp é a rede social com maior utilização em todos os escalões etários, facto que se justifica pela lógica de instantaneidade das mensagens, disponibilidade para respostas imediatas, contribuindo para a construção de práticas comportamentais associadas à instantaneidade de resposta. A "resposta na hora" tem um potencial aditivo muito grande, na medida em que fomenta a necessidade de estar permanentemente online para reação ao estímulo (mensagem enviada).

Os dados das entrevistas permitem verificar que os utilizadores passam horas nas redes sociais a falar com os seus amigos, a observar alterações e atualizações do perfil de outros utilizadores, a comentar vídeos, fotos, e alterar o seu próprio estado por tempo indeterminado, contruindo de forma silenciosa um comportamento compulsivo.

Ainda que não tenhamos encontrado um problema generalizado de dependência de ecrãs, a aplicação da escala de Young (1998) com a identificação dos critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI) faz sobressair as quatro principais características dos participantes no estudo:

a. Apresentam uma preocupação contante com o que se passa na internet e nas redes sociais, com mais incidência nos participantes mais jovens;
b. A utilização da internet e das redes sociais internet ocorre como forma de "escape" ou para aliviar estados psicológicos;

c. Verifica-se uma alteração de comportamento para estados de irritação e ansiedade por falta de acesso a equipa tecnológico à internet, vida online ou redes sociais;

d. Existe uma tendência para se verificarem situações em que os participantes perdem a noção do tempo na internet ou nas redes sociais e não conseguir sair das mesmas.

Estas quatro características são transversais a todas os grupos etários, e é no grupo de "menos de 24 anos" em que os esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet e o recurso a mentiras a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo de utilização da internet e das redes sociais mais de destaca. Por esta razão, são os participantes mais jovens que estão mais expostos e propensos face aos comportamentos de dependência digital. Todavia, importa também manter um olhar de preocupação para os utilizadores sem qualquer ocupação profissional, em que a internet e as redes sociais ocupam uma função de ocupação do tempo livre e lazer, tornando-os mais vulneráveis para situações de dependência de ecrãs.

As entrevistas revelam também que a rede social digital preferida é o TikTok, bem como o WhatsApp como aplicação preferida para a comunicação através de mensagens instantâneas. Contudo, os dados do inquérito por questionário apontam, para além das duas redes sociais referidas, o Instagram como preferencial para os participantes mais jovens.

Os dados recolhidos são inequívocos quanto ao impacto que a internet e as redes sociais têm na forma como comunicamos e interagimos, nos ligamos a pessoas um pouco por todo o mundo e como passámos de meros consumidores de conteúdo a produtores de conteúdo digital.

Contudo, ainda que os resultados deste estudo não configurem um quadro de dependência digital generalizado, sustentam um cenário de elevada preocupação sobre a diversidade de estímulos tecnológicos que potenciam o alhear da vida física em benefício da vida digital. Responder a emails, responder a mensagens em múltiplas plataformas, publicar e reagir a fotos, vídeos e comentários na diversidade de redes sociais, constituem um quadro de estímulos que antecedem um quadro de dependência digital e que se inserem nos riscos de utilização excessiva de ecrãs.

Os utilizadores que se encontram num estado de dependência digital e de redes sociais digitais utilizam a internet como ferramenta para proporcionar a comunicação, gerando um sentimento de prazer e satisfação, potenciando a dependência digital.

Caminhamos para um estado de deterioração das relações de sociabilidade em que a falta de habilidade social na comunicação face a face deve merecer a nossa preocupação. Estar online passou a ser uma necessidade e, simultaneamente, uma compulsividade. Há grupos de maior risco para a dependência digital: os jovens e as pessoas sem ocupação profissional. Entre os mais propensos para a dependência digital, sobretudo redes sociais, estão os jovens do sexo feminino, utilizadores mais introvertidos, perfecionistas, utilizadores com baixa autoestima e utilizadores com necessidade de aprovação.

O processo de dependência digital é silencioso. Os dados obtidos permitem encontrar um conjunto de características que contribuem para esta dependência silenciosa:

a. Necessidade constante de verificar o que ocorre na internet e nas redes sociais;
b. Uso excessivo e por longos períodos da internet para fins lúdicos e de redes sociais;
c. O surgimento de dificuldades em limitar o tempo utilizado na internet para fins lúdicos e em redes sociais;
d. A ocorrência de sintomas de abstinência e recaída;
e. Impacto negativo na saúde mental em que se verifica um sentimento de "falta" de estar online.

Em suma. O problema não está na mera utilização da internet e das redes sociais, cujas vantagens para as rotinas quotidianas temos vindo a apresentar. Está, sim, na forma como esta utilização se está a tornar compulsiva e transformadora do comportamento dos utilizadores, desencadeando estados de dependência, caracterizados pela necessidade de estar online, a perda da noção do tempo online, alterações de estados emocionais e existência de sintomas de abstinência e recaída.

BIBLIOGRAFIA

Alves, P. (2014). *A dependência da Internet: efeitos na saúde*. Instituto Politécnico de Coimbra. http://hdl.handle.net/10400.26/14526.

APA-American Psychiatric Association (2014). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5*. Climepsi Editores.

Azevedo, J. C., Nascimento, G., Souza, C. H. M., & Guimarês, D.N. (2016). Dependência digital: processos cognitivos e diagnóstico. *IX Simpósio Internacional ABCiber*. PUC São Paulo.

Block, J. J. (2008). Issues for DSM-V: internet addiction. *American Journal of Psychiatry*, 165(3), 306-307. https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2007.07101556.

Caraça, L. (2021). A interdisciplinaridade na saúde. In J. Fialho (coord). *Manual para a intervenção social – da teoria à ação.* Edições Sílabo.

Caraça, L. & Proença, V. (2023). Psychology on the edge of health tech challenges. In. M.J. Sousa (coord). *Future health scenarious: AI and digital technologies in global healthcare systems*. Routledge.

Cabeçadas, H. (2020). Para uma abordagem interdisciplinar e transcultural das toxicodependências. *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, *36*.

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of "phubbing" on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology, 48(6), 304–316.* https://doi.org/10.1111/jasp.12506.

Cruz, F. A. D., Scatena, A., Andrade, A. L. M., & De Micheli, D. (2018). Evaluation of Internet addiction and the quality of life of Brazilian adolescents from public and private schools. *Estudos de Psicologia*, *35*(2), 193-204. http://dx.doi.org/10.1590/1982-02752018000200008.

Das, B., & Sahoo, D. S. (2011). Social Networking Sites—A Critical Analysis of Its Impact on Personal and Social Life. *International Journal of Business and Social Science*, 2, 222-229.

Elhai, J.D., Dvorak, R.D., Levine. J.C., & Hall, B.J. (2016). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *Journal of Affective Disorders*, 207, 251-259. https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.030.

Fialho, J., Dias, E., & Macedo, V. (2022). *O uso das redes sociais e as competências digitais dos portugueses*. Universidade Lusíada Editora**.**

Fialho, J., (2023). *Redes Sociais. Ilusão, obsessão e manipulação*. Edições Sílabo.

Fontin, M.-F. (2003). *O processo de investigação. Da conceção à realização*. Lusociência.

Greenfield, D. N. (1999). Psychological characteristics of compulsive Internet use: A preliminary analysis. *CyberPsychology & Behavior*, *8*(5), 403-412.

Greenfield, D. N. (2011). As propriedades de dependência do uso de internet. In: Young, K. S.; Abreu, C. N. (2011). *Dependência de Internet: manual e guia de avaliação de tratamento*. Artmed.

Greenfield, D. (2016). *The center for Internet and technology addiction. West Hartford: The Center for Internet and Technology Addiction*. Division of The Healing Center. http://virtual-addiction.com.

Griffiths, M. (1995). Technological addictions. *Clin Psychol Forum*. 76, 14-19. https://doi.org/10.53841/bpscpf.1995.1.76.14.

Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal Of Substance Use*, 10(4), 191–197. https://doi.org/10. 1080/14659890500114359.

Han, B.-C. (2022). *Não-Coisas. Transformações no mundo digital em que vivemos*. Relógio D'Água.

Li,W. O'Brien J.E., Snyder, S.M., & Howard, M.O. (2015). Characteristics of Internet Addiction/Pathological Internet Use in U.S. University Students: A Qualitative-Method Investigation. *PLoS ONE* 10(2), e0117372. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0117372.

Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059.

King, A. L. S., Nardi, A. E., & Cardoso, A. (2014). *Nomofobia: Dependência do computador, Internet e redes Sociais? Dependência do telefone celular? – O impacto das novas tecnologias no cotidiano dos indivíduos. Aspectos clínicos, cognitivo-comportamental, social e ambiental.* Ed. Atheneu.

O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report- The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054.

Pirocca, C. (2012). *Dependência da internet, definição e tratamentos: revisão sistemática da literatura*. https://bitlybr.com/vvxkg4ON.

Ponte, C., & Batista, S. (2019). *EU Kids Online Portugal. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos).* EU Kids Online and NOVA FCSH, www.fcsh.unl.pt/eukidsonline/documentos/.

Prinstein, M. J., Nesi, J., Telzer, E. H. (2020). *Commentary: An updated agenda for the study of digital media use and adolescent development a future directions following Odgers & Jensen (2020). Journal of Child Psychology and Psychiatry, 61(3),* pp. *349–352.*

Pereira, F., Azevedo, D., & Almeida, A. (2018). Funções cognitivas e os impactos das tecnologias digitais na memória. *Temas em Saúde.* 18(4), 197-217. https://temasemsaude.com/wp-content/uploads/2018/12/18412.pdf.

Rossé, E. (2012). Les joueurs problématiques de jeux vidéo: éléments cliniques. In J. L. Venisse, & M. G. Bronnec (Eds.), *Les addictions sans drogue: prévenir et traiter*. 16. (pp. 127–132). Elsevier.

Ragu-Nathan, T., Tarafdar, M., Ragu-Nathan, B. S., & Tu, Q. (2008). The consequences of technostress for end users in organizations: Conceptual development and empirical validation. *Information Systems Research*, 19(4), 417 e 433.

Samaha, M., Hawi, N.S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life. *Computers in Human Behavior*, 57, 321-325.

Santos, D. (2017). *Doenças provocadas pelo uso excessivo da Internet.* http://www.dilzasantos.com.br/doencas-provocadas-pelo-uso-excessivo-da-internet/.

Shahnawaz, M., & Rehman, U. (2020). Social Networking Addiction Scale. *Cogent Psychology,* 7(1), 1832032.

Smith, A. (2015). US smartphone use in 2015. Pew Research Center.

Suissa, A. J. (2015). Cyber addictions: toward a psychosocial perspective. *Addictive Behaviors*, 43, 28-32. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.09.020.

Thomee, S., Harenstam, A., & Hagberg, M. (2011). Mobile phone use and stress, sleep disturbances, and symptoms of depression among young adults-a prospective cohort study. *BMC public health*, 11(1), 66.

Véliz, C. (2022). *Privacidade é poder. Por que razão e como devemos recuperar o controlo dos nossos dados*. Temas e debates.

Young, K. S. (1996). *Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder [On-line]*. www.netaddiction.com/articles/newdisorder.html.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 237-244.

Young, K. S. (2004). Internet Addiction. A New Clinical Phenomenon and Its Consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-415.

Young, B. (2006). A study on the effect of Internet use and social capital on the academic performance. *Journal of Development and Society,* 35(1), 107-123.

Young, K. S. (2001). *Tangled in the web: Understanding Cybersex from Fantasy to Addiction*. Authorhouse.

Young, K. S. Yue, X. D., & Ying, L (2010). Estimativas de prevalência e modelos etiológicos da dependência de internet. In Young, K & C.N Abreu (2010) *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. https://www.larpsi.com.br/media/mconnect_uploadfiles/c/a/cap_01_71_.pdf.

Young, K. (2011). CBT-IA: The first treatment model for internet addiction. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 25(4), 304-312.

Young, K. S. & Abreu, C. N. (2011). *Dependência de Internet: manual e guia de avaliação de tratamento*. Artmed.

Young, K. (2016). *Net addiction: the center for internet addiction***.** The Center for Internet Addiction. www.netaddiction.com

Young, K. S. (2022). *Signs of Social Media Addiction*. The Center for Internet Addiction. https://netaddiction.com/ebay-addiction/.

GLOSSÁRIO

Algoritmo. É conjunto de instruções e regras de programação informática que "dizem" a um programa de computador ou aplicação informática como deve executar uma determinada função.

Ciberdependência. É o conceito utilizado para caracterizar o uso compulsivo da internet e redes sociais. O vício tecnológico verifica-se quando o utilizador não consegue estar muito tempo fora dos ecossistemas digitais e, quando está desligado, os seus níveis de ansiedade aumentam até voltar a estar online.

Cyberbulling. É um comportamento virtual materializado sob a forma de assédio virtual. É desencadeado a partir de ecossistemas digitais e que, através de comportamentos deliberados, repetidos e hostis, desencadeados por um indivíduo ou grupo, tem como objetivo provocar uma determinada pessoa ou grupo.

Feed. O *feed* é a lista em constante atualização de histórias que vamos visualizando no Facebook e que resulta da ação dos algoritmos. O feed apresenta-nos as atualizações de estado dos utilizadores, fotos, vídeos, ligações, atividades nas apps e gostos de páginas de pessoas e grupos que fazem parte da rede de cada utilizador.

Geração-D. São as crianças e os adolescentes que foram criados com a internet e a tecnologia digital. Estão mais familiarizados com o computador, a internet e muitos outros equipamentos digitais, e geralmente sentem-se mais à vontade e confiantes no manuseamento dessa tecnologia do que os pais.

Home banking. É o serviço online que os Bancos disponibilizam aos seus clientes e que lhes permite fazer a gestão da sua conta bancária através de um computador ou smartphone, acedendo à conta através de credenciais.

Influencers. São pessoas que produzem conteúdo digital e que são capazes de influenciar os seus seguidores através do seu comportamento, isto é, o que fazem serve de modelo ao outro. Partilham o seu quotidiano nos canais digitais e, a partir deles, influenciam práticas de consumo, estilos de vida, opiniões sobre a vida em sociedade e acontecimentos.

Information Overload. Excesso de pesquisa de informação, não investigando as mais verdadeiras e fidedignas.

Internet Gambling. *P*articipar em jogos da fortuna ou azar *online* realizando apostas a dinheiro.

Internet Gaming Disorder. Adição associada a videojogos em rede na Internet.

Internet Infidelity. *R*elacionamentos virtuais que em muitos casos se transformam em encontros presenciais e envolvimento com o outro utilizador – desencadeando infidelidade e traição.

Lifestyle. Traduz-se no conjunto de características, valores e personalidade que define o modo de vida de uma pessoa. Os *influencers* são produtores de conteúdo que influenciam ao nível do *lifestyle*: alimentação, exercício físico, conselhos de moda e beleza, etc.

Like. É uma reação a uma publicação numa rede social. É um sinal de que o utilizador "gosta" da publicação.

MbWay. É o multibanco no telemóvel. Uma solução digital que permite fazer compras em lojas físicas e online, gerar cartões virtuais MB NET, enviar e pedir dinheiro.

Nomofobia. Receio de estar desligado. É o medo irracional de ficar sem telemóvel ou smartphone ou ser impedido de o utilizar por algum motivo, como ausência de conexão à internet ou ficar sem bateria.

Post. Significa publicar algo nas redes sociais, em particular no mural ou *feed*. É muitas vezes utilizado na linguagem corrente sob a forma de verbo (e.g. "postar" uma foto).

Phubbing. Resulta da expressão, que junta palavra "*phone*" (telefone) com "*snobbing*" (desprezar), agrega comportamentos que promovem a alienação da realidade e desconexão.

Reels. Vídeos de poucos segundos produzidos através de redes sociais (e.g. Instagram) principalmente para consumo rápido, isto é, curta duração, e disponibilizados em formato vertical.

Screen Addiction. Adição pelos vários aparelhos tecnológicos (computador, telemóveis *smartphones*, *iPad's*, *tablet's*).

Scroll. Significa "rolo". É a barra horizontal ou vertical localizada na parte lateral ou inferior do ecrã, que permite deslocar com o rato ou com os dedos no ecrã de um computador, tablet ou smartphone.

Sexting and Porn Addiction. Cibersexo, pornografia; trocas de mensagens com o intento sexual; exposição a ambientes de risco como a ciber-pedofilia.

Social Media Addiction. Estado de adição às diversas redes sociais.

Stories. São um recurso do Instagram com a função de criar e fazer publicações temporárias, que ficam disponíveis para visualização por apenas 24 horas.

Streaming. É uma tecnologia de transmissão de conteúdos multimédia através da internet e sem necessidade de fazer download.

APÊNDICES

Apêndice I – Modelo de análise (quantitativo)

Pilar	Conceito	Dimensões	Variáveis
Atributos	Atributos dos inquiridos	Caracterização dos inquiridos	Nacionalidade Região Idade Género Escolaridade Estado civil Situação perante o trabalho Rendimento Finalidade na utilização da internet Redes sociais utilizadas
Uso da Internet	Regularidade no uso da Internet	Critérios de diagnóstico de dependência de internet (DDI)	1.Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente? 2.Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação? 3.Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet? 4.Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair? 5.Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet? 6.Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online? 7.Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet? 8.Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex. º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?

Pilar	Conceito	Dimensões	Variáveis
Uso das redes sociais	Regularidade no uso de redes sociais	Critérios de diagnóstico de dependência de redes sociais (DDRS)	1.Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente? 2. Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação? 3. Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais? 4. Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair? 5. Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais? 6. Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais? 7. Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais? 8. Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex. º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)?

Fonte: elaboração dos autores

Apêndice II – Modelo de análise (qualitativo)

Dimensões	Categorias	Subcategorias	Perguntas
Caracterização dos entrevistados	Idade Género Profissão, Estado Civil Constituição do agregado familiar Região de residência (NUTS II) Locais de acesso à internet		Qual a idade da senhora/senhor? Género (anota-se, não se pergunta) Diga-me por favor qual a sua profissão. Qual o seu estado civil? Diga-me pf com quem vive? Em que zona/região vive? Diga-me pf em que locais costuma aceder à internet?
Perfil de consumo digital	Escolha das redes a que acedem	Redes que tem perfil criado Redes que utiliza com mais frequência Motivos para a escolha das redes sociais) a que acede Vantagens e desvantagens da utilização das redes sociais.	Quais as redes sociais que mais utiliza e porquê? Quais as finalidades com que utiliza a internet e as redes sociais e que vantagens e desvantagens identifica na sua utilização?

Dimensões	Categorias	Subcategorias	Perguntas
Perfil de consumo digital	Equipamentos utilizados	Tipo de equipamento disponível (telemóvel, computador, tablet, …) Tipos de Ligação (Internet móvel, WiFi em casa, WiFi em espaços públicos ou no trabalho)	Que tipo de ligação e de equipamentos costuma preferir utilizar para estar ligado às redes sociais?
	Locais	Locais onde utiliza as redes sociais (casa, trabalho, escolas/IES, cafés, etc.)	Quais os locais onde utiliza a internet e as redes sociais?
Trajetória de consumo digital	Descoberta e iniciação na utilização de redes sociais	Aspetos que conduziram à utilização das redes sociais.	Pode contar-me como surgiu o interesse pelas redes sociais?
	Motivos de permanência	Aspetos que fascinam ou atraem para a utilização das redes sociais.	O que mais o/a fascina ou atrai nas redes sociais?
Interações sociais no consumo digital	Utilização e interação interpessoal nas redes sociais	Utilização ativa vs utilização passiva Utilização sozinho vs utilização em interação com outros Utilização com interação exclusivamente virtual vs utilização com interação presencial	Quando utiliza os equipamentos e acede às redes sociais está sozinho/a ou em interação direta com outras pessoas? Essa interação é sempre virtual ou acaba por existir também presencial?
	Gestão do tempo na utilização das redes sociais	Tempo de consumo ativo (e.g. a fazer publicações nas redes sociais) Tempo de consumo passivo (e.g. a consultar/observar sites e publicações nas redes sociais) Média diária de presença online (internet e redes sociais) – Excluindo a utilização da internet para fins profissionais Autoavaliação da gestão do tempo nas redes sociais	Quanto tempo dedica a fazer publicações nas redes sociais? E quanto tempo dedica a consultar/observar sites e publicações nas redes sociais? Consegue dar-me uma ideia média do tempo em que está online tanto na internet como nas redes sociais? (média de horas por dia) Mas exclua pf o tempo que dedica às tarefas profissionais. Como é que avalia a utilização do tempo que passa nas redes sociais e que influencia tem para o seu bem-estar?

Dimensões	Categorias	Subcategorias	Perguntas
Características dos conteúdos que se consomem nas redes sociais	Conteúdo que consome na internet Conteúdo que consome nas redes sociais	Estabelecer subcategorias por temas mencionados (e.g. Produtos/ serviços/ compras, encontros, ver notícias, redes sociais, etc.)	Quais os conteúdos que utiliza na internet? (explicar se a pessoa precisar: Produtos/serviços/ compras, encontros, ver notícias, redes sociais) E agora relativamente às redes sociais: Quais os conteúdos que o/a costumam interessar?
Consequências dos consumos	Sintomas de comportamento abusivo ou dependência da Internet de acordo com Santos (2017)	Privação de equipamento	Descreva-me pf qual a sensação quando fica sem telemóvel? E se estiver apenas longe dele, o que sente?
		Ilusão do toque	Já sentiu ou costuma sentir a sensação de sentir o telemóvel a vibrar no bolso das calças ou na mochila, sem que haja nenhuma chamada? (Se sim), Fale-me disso pf.
		Desconforto digital	Já alguma vez se sentiu desorientada/o ao ponto de lhe causar náuseas ou vertigens? e atribuiu essa desorientação a conteúdos/ambientes digitais que a/o deixaram desconfortável? (Se sim), fale-me pf sobre isso.
		Compulsão digital	Já sentiu uma vontade muito forte para aceder à internet, mesmo que não saiba exatamente o que fazer lá? (Se sim), Consegue explicar-me o que aconteceu, o que sentiu?
		Depressão digital	Já se sentiu triste, ou ficou depressiva/o devido às interações sociais dentro da rede que utiliza? (Se sim), Pode falar-me desses momentos? E já sentiu esses sentimentos devido à falta dessas relações?
		Obsessão por videojogos	Relativamente aos jogos online, já sentiu uma vontade irresistível para jogar online? (Se sim), Fale-me dessa experiência que vive/viveu.
		Verificação de sintomas de doença na internet	Já alguma vez, o que leu na internet sobre os sintomas de uma doença, a/o levaram a pensar que está com essa doença?
		Capacidade de memorização	Ao longo do tempo, porque sabe que as respostas estão facilmente ao alcance, depois de alguns cliques, tem percebido em si alguma alteração na forma como o seu cérebro memoriza as informações? (Se sim), pode falar-me um pouco sobre isso pf?

Dimensões	Categorias	Subcategorias	Perguntas
	Dependência das Redes Sociais Escala de dependência de redes sociais (Social Networking Addiction Scale (Shahnawaz,, & Rehman, 2020)	Tempo de utilização	Com que frequência tem a convicção de que permanece mais tempo online do que pretendia? Com que frequência negligencia as tarefas domésticas para passar mais tempo online? Pode falar-me um pouco sobre isso, por favor?
		Relações sociais	Com que frequência prefere a excitação da internet à intimidade com o seu parceiro? Com que frequência forma novas relações com outras pessoas online? Quantas vezes os outros (familiares e amigos) se queixam do tempo que passa online? Já alguma vez negligenciou os seus familiares para estar online?
		Gestão das tarefas diárias	Com que frequência verifica o seu e-mail antes de outra coisa que precisa de fazer? Com que frequência o desempenho ou produtividade do seu trabalho sofrem por causa da internet?
		Necessidade de estar online	Quantas vezes se torna defensivo ou reservado quando alguém lhe pergunta o que faz online? Com que frequência se vê antecipando quando voltará a estar online? Quantas vezes se irrita, grita ou age irritado se alguém o incomoda enquanto está online?
		Dificuldade em desligar	Com que frequência perde o sono por estar online? Quando está online, sente-se preocupado? Acha que há motivos/razões para isso? Quantas vezes se encontra a dizer "só mais alguns minutos" ando está online? Tenta reduzir o tempo que passa online e falha?
		Modificação do humor	Quantas vezes se sente deprimido, mal-humorado ou nervoso quando está online? Esse humor muda ou desaparece quando se volta a estar online?

Dimensões	Categorias	Subcategorias	Perguntas
Dependência de redes sociais	Nível de dependência de redes sociais Escala de dependência de redes sociais (So*cial Networking Addiction Scale* (Shahnawaz, M., & Rehman, U. 2020)	Saliência	Enquanto trabalho/estudo, a sua mente permanece nas redes sociais.? Vai às redes sociais imediatamente depois de acordar de manhã? Verifica as atualizações nas redes sociais enquanto estuda/trabalho? Verifica a sua conta de redes sociais antes de iniciar qualquer tarefa ou atividade.
		Modificação de humor	Vai a sites de redes sociais sempre que está chateada/o? As redes sociais ajudam a levantar o seu humor.? Sente-se relaxado sempre que estou nas redes sociais?
		Tolerância	Atualmente passa cada vez mais tempo nas redes sociais? Quando comparado, passa mais tempo nas redes sociais agora do que no passado? Precisa de estar nas redes sociais por mais tempo do que antes para encontrar satisfação?
		Retirada	Sente-se triste quando não consigo entrar nas redes sociais? Fica irritado/a sempre que não pode entrar nas redes sociais? Sente-se frustrado quando não pode usar sites de redes sociais? Fico inquieto/a quando não tenho tempo para as redes sociais?
		Conflito	Tenta esconder o tempo que passo nas redes sociais? Precisa de mentir aos pais e aos outros quando perguntarem sobre o seu uso nas redes sociais? Ignora sono porque tem/quer estar nas redes sociais.
		Recaída	Tem conseguido reduzir o tempo que passo nas redes sociais? Tentou parar de usar as redes sociais, e falhou? É incapaz de reduzir o tempo que passo nas redes sociais? As suas tentativas repetidas de reduzir o tempo que passo nas redes sociais falharam?

Fonte: elaboração dos autores

Apêndice III – Inquérito por questionário disponibilizado online

Scroll. Logo existo!

Este inquérito por questionário enquadra-se num projeto de investigação desenvolvido pelo CLISSIS – Centro Lusíada de Investigação em Serviço Social e Intervenção Social da Universidade Lusíada em parceria com o SICAD – Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, com financiamento da Fundação para a Ciência e Tecnologia, com o objetivo de caracterizar o comportamento dos portugueses (residentes em Portugal) na utilização da internet e das redes sociais. Se **utiliza a internet regularmente e tem conta nas redes sociais**, reúne condições para responder ao nosso desafio.

A sua participação é livre e voluntária. Todas as respostas **são anónimas e confidenciais e, em caso algum, a identidade dos respondentes será revelada**. Ao avançar no preenchimento deste questionário está a declarar que aceita participar neste estudo. Em nome da equipa de investigação, estamos antecipadamente agradecidos pela colaboração que se prevê inferior a 10 minutos. Para algum esclarecimento adicional pode contactar a equipa através do email: joaquim.fialho@gmail.com

A equipa de investigação

Joaquim Fialho (IR), Andreia Oliveira, Inês Casquilho-Martins e Lourdes Caraça Investigadores CLISSIS

* Indica uma pergunta obrigatória

– Residência dos inquiridos

1. Reside em Portugal? * *Marcar apenas uma oval.*

   - Sim *Pular para a pergunta 2*
   - Não *Pular para a secção 7 (Muito obrigado pela sua colaboração!)*

Pular para a pergunta 2

– Identificação (perfil) dos inquiridos

2. Nacionalidade * *Marcar apenas uma oval.*

   - Portuguesa
   - Outro: _____

3. Região onde reside? * *Marcar apenas uma oval.*

   - Norte
   - Centro
   - Área Metropolitana de Lisboa
   - Alentejo Algarve
   - Açores
   - Madeira

4. Idade *

   _____

5. Género * *Marcar apenas uma oval.*

   - Masculino
   - Feminino
   - Prefiro não dizer

6. Escolaridade * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sem escolaridade
- ( ) Ensino básico
- ( ) Ensino secundário
- ( ) Ensino superior

7. Estado civil * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Solteiro/a Casado/a
- ( ) União de facto
- ( ) Viúvo/a
- ( ) Divorciado/a
- ( ) Separado/a

8. Situação perante o trabalho * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)
- ( ) Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)
- ( ) Trabalhador/a independente
- ( ) Desempregado/a
- ( ) Estudante
- ( ) Reformado/a ou pensionista

9. Rendimento médio mensal do inquirido/a * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sem rendimento mensal
- ( ) Até 705 €
- ( ) 705.01€ a 1200 €
- ( ) 1200.01€ a 2000 €
- ( ) 2000.01€ a 3000 €
- ( ) mais de 3000 €

10. A sua utilização da internet tem como finalidade? *
(pode assinalar mais do que uma opção) *Marque todas que se aplicam.*

- ( ) Atividade profissional
- ( ) Ler jornais e revistas
- ( ) Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música
- ( ) Home banking
- ( ) Acesso ao correio eletrónico (email)
- ( ) Aceder a serviços públicos
- ( ) Comprar produtos e serviços
- ( ) Estudar/pesquisar
- ( ) Lazer e diversão
- ( ) Utilizar as redes sociais
- ( ) Jogos online
- ( ) Encontros amorosos
- ( ) Informações sobre destinos/viagens
- ( ) Fazer chamadas/conversar
- ( ) Outro: _____

11. Que redes sociais utiliza com regularidade? *
(pode assinalar mais do que uma opção) *Marque todas que se aplicam.*

- ( ) Facebook
- ( ) Instagram
- ( ) Twitter
- ( ) Linkedin
- ( ) TikTok
- ( ) YouTube
- ( ) Tinder

- ( ) WhatsApp
- ( ) Snapchat
- ( ) WeChat
- ( ) Facebook Messenger
- ( ) Pinterest
- ( ) Reddit
- ( ) Telegram
- ( ) Outro: _____

Pular para a pergunta 12

– Uso da internet

12. Preocupa-se com o que se passa na internet e procura estar online regularmente? * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sim
- ( ) Não

13. Precisa de estar na internet cada vez mais tempo para obter satisfação? * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sim
- ( ) Não

14. Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso da internet? * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sim
- ( ) Não

15. Já teve situações em que perdeu a noção do tempo na internet e não conseguiu sair? * *Marcar apenas uma oval.*

- ( ) Sim
- ( ) Não

16. Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa da internet? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

17. Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder à vida online? *
Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

18. Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado na internet? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

19. Já utilizou a internet como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

– Uso das redes sociais

20. Preocupa-se com o que se passa nas redes sociais e procura estar online regularmente? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

21. Precisa de estar nas redes sociais cada vez mais tempo para obter satisfação? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

22. Faz esforços infrutíferos para controlar, reduzir ou parar o uso das redes sociais? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

23. Já teve situações em que perdeu a noção do tempo nas redes sociais e não conseguiu sair? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

24. Comprometeu ou arriscou a rutura numa relação, emprego ou oportunidades por causa das redes sociais? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

25. Sente-se irritado/a e ansioso/a quando o equipamento tecnológico ou a falta de internet não lhe permite aceder às redes sociais? *
Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

26. Já mentiu a familiares, amigos ou outras pessoas sobre o tempo que permanece ligado nas redes sociais? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

27. Já utilizou as redes sociais como forma de "escape" ou para aliviar o seu estado psicológico (ex.º sentimentos de culpa, ansiedade, frustração, impotência, tristeza, depressão)? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

– Disponibilidade
Gostaríamos de contar com a sua disponibilidade para uma fase posterior deste estudo.

28. Estou disponível para ser contactado/a pela equipa de investigação? *
    Marcar apenas uma oval.

    - Sim, estou disponível
    - Não estou disponível

29. Email para contacto futuro (se estiver disponível para ser entrevistado pela equipa)

    _____

Muito obrigado pela sua colaboração!

Não se esqueça de clicar em **ENVIAR** para concluir a sua colaboração.

Apêndice IV – Conjunto de dados estatísticos selecionados (por regiões)

Tabela 31 – Região Norte – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	56,3%	87,9%	93,5%	91,6%	88,6%	50,0%
Ler jornais e revistas	37,5%	39,4%	43,9%	44,5%	60,8%	41,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	93,8%	72,7%	50,5%	38,7%	39,2%	8,3%
Home Banking	21,9%	72,7%	68,2%	49,6%	53,2%	41,7%
Acesso ao correio eletrónico (email)	93,8%	97,0%	96,3%	88,2%	93,7%	83,3%
Aceder a serviços públicos	62,5%	69,7%	67,3%	67,2%	75,9%	58,3%
Comprar produtos e serviços	62,5%	69,7%	72,9%	55,5%	48,1%	16,7%
Estudar/pesquisar	96,9%	81,8%	67,3%	73,1%	77,2%	66,7%
Lazer e diversão	90,6%	63,6%	54,2%	51,3%	41,8%	25,0%
Utilizar as redes sociais	90,6%	84,8%	79,4%	65,5%	63,3%	33,3%
Jogos online	34,4%	30,3%	16,8%	9,2%	8,9%	8,3%
Encontros amorosos	0,0%	3,0%	3,7%	0,8%	1,3%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	53,1%	63,6%	43,0%	45,4%	54,4%	16,7%
Fazer chamadas/conversar	78,1%	72,7%	57,9%	50,4%	50,6%	8,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 32 – Região Centro – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	54,5%	84,2%	89,4%	97,1%	87,7%	100,0%
Ler jornais e revistas,	36,4%	39,5%	44,7%	42,9%	41,5%	33,3%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	90,9%	86,8%	54,1%	38,1%	21,5%	33,3%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Home Banking	36,4%	65,8%	57,6%	47,6%	33,8%	66,7%
Acesso ao correio eletrónico (email)	72,7%	92,1%	92,9%	88,6%	87,7%	100,0%
Aceder a serviços públicos	63,6%	73,7%	68,2%	69,5%	63,1%	33,3%
Comprar produtos e serviços	81,8%	86,8%	75,3%	61,0%	38,5%	33,3%
Estudar/pesquisar	90,9%	68,4%	68,2%	63,8%	66,2%	66,7%
Lazer e diversão	90,9%	63,2%	58,8%	53,3%	55,4%	33,3%
Utilizar as redes sociais	90,9%	81,6%	77,6%	71,4%	50,8%	33,3%
Jogos online	36,4%	21,1%	16,5%	9,5%	18,5%	0,0%
Encontros amorosos	9,1%	2,6%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	63,6%	68,4%	51,8%	44,8%	44,6%	66,7%
Fazer chamadas/conversar	63,6%	63,2%	61,2%	40,0%	53,8%	33,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 33 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	47,2%	79,3%	86,4%	85,2%	94,5%	63,6%
Ler jornais e revistas,	22,6%	55,2%	50,6%	55,5%	58,2%	72,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	88,7%	82,8%	65,4%	48,4%	47,3%	18,2%
Home Banking	28,3%	65,5%	71,6%	60,2%	50,9%	54,5%
Acesso ao correio eletrónico (email)	81,1%	96,6%	96,3%	93,8%	89,1%	100,0%
Aceder a serviços públicos	45,3%	51,7%	66,7%	67,2%	74,5%	90,9%
Comprar produtos e serviços	66,0%	65,5%	72,8%	58,6%	50,9%	54,5%
Estudar/pesquisar	94,3%	79,3%	69,1%	65,6%	69,1%	72,7%
Lazer e diversão	77,4%	65,5%	70,4%	60,2%	50,9%	36,4%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Utilizar as redes sociais	92,5%	86,2%	79,0%	77,3%	61,8%	54,5%
Jogos online	34,0%	24,1%	19,8%	15,6%	10,9%	9,1%
Encontros amorosos	5,7%	3,4%	2,5%	1,6%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	64,2%	65,5%	56,8%	57,8%	50,9%	54,5%
Fazer chamadas/conversar	83,0%	65,5%	61,7%	52,3%	52,7%	36,4%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 34 – Alentejo – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	100,0%	82,8%	95,4%	90,7%	94,0%	66,7%
Ler jornais e revistas,	25,0%	31,0%	36,9%	53,5%	46,0%	83,3%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	75,0%	72,4%	44,6%	52,3%	34,0%	50,0%
Home Banking	25,0%	58,6%	56,9%	54,7%	52,0%	50,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	100,0%	87,7%	86,0%	88,0%	100,0%
Aceder a serviços públicos	50,0%	55,2%	61,5%	61,6%	72,0%	66,7%
Comprar produtos e serviços	75,0%	86,2%	80,0%	65,1%	46,0%	50,0%
Estudar/pesquisar	75,0%	65,5%	70,8%	73,3%	62,0%	83,3%
Lazer e diversão	50,0%	72,4%	61,5%	58,1%	48,0%	50,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	79,3%	76,9%	66,3%	74,0%	50,0%
Jogos online	25,0%	20,7%	4,6%	8,1%	16,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	3,4%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	25,0%	37,9%	53,8%	41,9%	42,0%	33,3%
Fazer chamadas/conversar	50,0%	72,4%	50,8%	51,2%	50,0%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 35 – Algarve – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	75,0%	77,1%	84,9%	78,4%	75,4%	87,5%
Ler jornais e revistas	25,0%	34,3%	37,7%	40,5%	38,6%	50,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	100,0%	91,4%	53,8%	43,8%	31,6%	12,5%
Home Banking	50,0%	68,6%	55,7%	52,9%	42,1%	12,5%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	94,3%	92,5%	90,2%	91,2%	75,0%
Aceder a serviços públicos	75,0%	65,7%	66,0%	62,7%	64,9%	62,5%
Comprar produtos e serviços	75,0%	71,4%	68,9%	58,2%	42,1%	12,5%
Estudar/pesquisar	75,0%	77,1%	70,8%	62,1%	63,2%	62,5%
Lazer e diversão	100,0%	85,7%	65,1%	47,7%	52,6%	25,0%
Utilizar as redes sociais	75,0%	85,7%	70,8%	66,7%	66,7%	37,5%
Jogos online	75,0%	17,1%	16,0%	16,3%	14,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	2,9%	2,8%	1,3%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	100,0%	65,7%	52,8%	45,1%	42,1%	12,5%
Fazer chamadas/conversar	100,0%	74,3%	53,8%	44,4%	47,4%	37,5%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 36 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	0,0%	60,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	60,0%	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	60,0%	50,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Home Banking	0,0%	60,0%	25,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	40,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Aceder a serviços públicos	0,0%	60,0%	37,5%	100,0%	100,0%	100,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	40,0%	37,5%	100,0%	100,0%	100,0%
Estudar/pesquisar	0,0%	40,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Lazer e diversão	0,0%	80,0%	75,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	60,0%	62,5%	100,0%	100,0%	0,0%
Jogos online	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	100,0%	40,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	40,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	0,0%	40,0%	25,0%	0,0%	100,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 37 – RA Açores – utilização dos ecrãs por grupo etário

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Atividade Profissional	100,0%	80,0%	75,0%	80,0%	100,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	20,0%	50,0%	46,7%	75,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	90,0%	62,5%	33,3%	25,0%	0,0%
Home Banking	100,0%	60,0%	62,5%	46,7%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	90,0%	75,0%	86,7%	100,0%	0,0%
Aceder a serviços públicos	0,0%	80,0%	62,5%	66,7%	100,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	100,0%	90,0%	62,5%	60,0%	50,0%	0,0%
Estudar/pesquisar	100,0%	70,0%	62,5%	33,3%	50,0%	0,0%

	24 ou menos anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 ou mais anos
Lazer e diversão	0,0%	90,0%	75,0%	60,0%	75,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	100,0%	87,5%	73,3%	25,0%	0,0%
Jogos online	0,0%	40,0%	12,5%	13,3%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	100,0%	80,0%	37,5%	46,7%	25,0%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	100,0%	60,0%	62,5%	33,3%	50,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 38 – Norte – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	100,0%	72,0%	92,1%
Ler jornais e revistas	20,0%	42,0%	48,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	60,0%	55,0%	46,2%
Home Banking	40,0%	35,0%	62,5%
Acesso ao correio eletrónico (email)	80,0%	89,0%	94,2%
Aceder a serviços públicos	40,0%	64,0%	70,8%
Comprar produtos e serviços	60,0%	52,0%	62,1%
Estudar/pesquisar	60,0%	75,0%	75,1%
Lazer e diversão	40,0%	52,0%	54,5%
Utilizar as redes sociais	80,0%	74,0%	70,8%
Jogos online	0,0%	14,0%	15,9%
Encontros amorosos	20,0%	2,0%	1,4%
Informações sobre destinos/viagens	60,0%	40,0%	50,5%
Fazer chamadas/conversar	40,0%	56,0%	55,6%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 39 – Centro – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	33,3%	83,5%	93,2%
Ler jornais e revistas	33,3%	35,3%	45,2%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	33,3%	41,2%	49,3%
Home Banking	0,0%	34,1%	56,2%
Acesso ao correio eletrónico (email)	33,3%	85,9%	91,8%
Aceder a serviços públicos	33,3%	56,5%	72,6%
Comprar produtos e serviços	33,3%	58,8%	66,2%
Estudar/pesquisar	66,7%	54,1%	72,1%
Lazer e diversão	100,0%	58,8%	56,6%
Utilizar as redes sociais	33,3%	70,6%	70,8%
Jogos online	0,0%	25,9%	11,9%
Encontros amorosos	0,0%	2,4%	0,5%
Informações sobre destinos/viagens	66,7%	41,2%	53,9%
Fazer chamadas/conversar	0,0%	42,4%	57,1%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 40 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	50,0%	70,4%	84,3%
Ler jornais e revistas	50,0%	45,9%	52,2%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	50,0%	53,1%	62,7%
Home Banking	25,0%	39,8%	63,9%
Acesso ao correio eletrónico (email)	75,0%	85,7%	94,9%
Aceder a serviços públicos	50,0%	59,2%	66,7%
Comprar produtos e serviços	50,0%	56,1%	64,7%

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Estudar/pesquisar	75,0%	59,2%	77,6%
Lazer e diversão	50,0%	60,2%	64,7%
Utilizar as redes sociais	75,0%	69,4%	80,8%
Jogos online	50,0%	23,5%	16,9%
Encontros amorosos	0,0%	4,1%	1,6%
Informações sobre destinos/viagens	50,0%	44,9%	63,1%
Fazer chamadas/conversar	100,0%	58,2%	59,6%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 41 – Alentejo – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	75,0%	88,9%	92,3%
Ler jornais e revistas	75,0%	37,0%	46,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	25,0%	38,9%	52,7%
Home Banking	50,0%	53,7%	54,9%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	90,7%	88,5%
Aceder a serviços públicos	25,0%	68,5%	62,1%
Comprar produtos e serviços	75,0%	64,8%	68,1%
Estudar/pesquisar	50,0%	50,0%	75,8%
Lazer e diversão	75,0%	57,4%	58,2%
Utilizar as redes sociais	75,0%	53,7%	78,0%
Jogos online	0,0%	11,1%	10,4%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	1,1%
Informações sobre destinos/viagens	50,0%	25,9%	49,5%
Fazer chamadas/conversar	50,0%	48,1%	54,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 42 – Algarve – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	44,4%	68,1%	90,5%
Ler jornais e revistas	27,8%	32,6%	43,8%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	27,8%	41,5%	56,2%
Home Banking	16,7%	43,0%	61,9%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	87,4%	92,9%
Aceder a serviços públicos	38,9%	63,7%	67,1%
Comprar produtos e serviços	16,7%	54,1%	66,2%
Estudar/pesquisar	44,4%	52,6%	77,1%
Lazer e diversão	38,9%	54,8%	60,5%
Utilizar as redes sociais	44,4%	68,9%	71,4%
Jogos online	5,6%	20,0%	14,8%
Encontros amorosos	0,0%	0,7%	2,4%
Informações sobre destinos/viagens	22,2%	39,3%	57,1%
Fazer chamadas/conversar	61,1%	49,6%	51,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 43 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	0,0%	44,4%	85,7%
Ler jornais e revistas	0,0%	33,3%	71,4%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	33,3%	71,4%
Home Banking	0,0%	33,3%	71,4%
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	44,4%	71,4%
Aceder a serviços públicos	0,0%	33,3%	85,7%
Comprar produtos e serviços	0,0%	44,4%	57,1%

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Estudar/pesquisar	0,0%	11,1%	57,1%
Lazer e diversão	100,0%	88,9%	57,1%
Utilizar as redes sociais	100,0%	66,7%	57,1%
Jogos online	0,0%	11,1%	14,3%
Encontros amorosos	0,0%	33,3%	14,3%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	11,1%	28,6%
Fazer chamadas/conversar	0,0%	22,2%	42,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 44 – RA Açores – utilização dos ecrãs por escolaridade

	Ensino básico	Ensino secundário	Ensino superior
Atividade Profissional	0,0%	75,0%	90,5%
Ler jornais e revistas	0,0%	50,0%	38,1%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	37,5%	66,7%
Home Banking	0,0%	50,0%	52,4%
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	87,5%	90,5%
Aceder a serviços públicos	0,0%	62,5%	81,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	62,5%	76,2%
Estudar/pesquisar	0,0%	31,3%	71,4%
Lazer e diversão	100,0%	62,5%	76,2%
Utilizar as redes sociais	100,0%	68,8%	85,7%
Jogos online	100,0%	25,0%	9,5%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	50,0%	57,1%
Fazer chamadas/conversar	0,0%	37,5%	61,9%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 45 – Norte – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	79,8%	89,2%	95,0%	75,0%	86,4%	0,0%
Ler jornais e revistas	37,4%	48,2%	55,0%	50,0%	52,3%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	57,6%	42,6%	57,5%	50,0%	47,7%	0,0%
Home Banking	44,4%	54,4%	65,0%	75,0%	70,5%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	94,9%	91,3%	95,0%	75,0%	93,2%	0,0%
Aceder a serviços públicos	69,7%	67,7%	72,5%	75,0%	65,9%	0,0%
Comprar produtos e serviços	57,6%	59,5%	70,0%	50,0%	54,5%	0,0%
Estudar/pesquisar	87,9%	71,3%	77,5%	50,0%	61,4%	0,0%
Lazer e diversão	61,6%	51,8%	65,0%	75,0%	31,8%	0,0%
Utilizar as redes sociais	74,7%	68,2%	82,5%	50,0%	72,7%	0,0%
Jogos online	21,2%	12,8%	17,5%	25,0%	9,1%	0,0%
Encontros amorosos	3,0%	0,0%	2,5%	0,0%	6,8%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	52,5%	42,1%	62,5%	75,0%	47,7%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	61,6%	51,8%	62,5%	75,0%	50,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 46 – Centro – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	84,3%	92,1%	87,5%	100,0%	91,9%	100,0%
Ler jornais e revistas	41,4%	42,8%	42,5%	100,0%	40,5%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	70,0%	37,5%	45,0%	50,0%	40,5%	75,0%
Home Banking	48,6%	48,0%	60,0%	75,0%	43,2%	50,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	90,0%	90,1%	82,5%	100,0%	91,9%	100,0%
Aceder a serviços públicos	75,7%	66,4%	65,0%	75,0%	62,2%	50,0%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Comprar produtos e serviços	72,9%	61,2%	60,0%	75,0%	56,8%	100,0%
Estudar/pesquisar	80,0%	68,4%	40,0%	75,0%	67,6%	50,0%
Lazer e diversão	68,6%	56,6%	52,5%	75,0%	48,6%	25,0%
Utilizar as redes sociais	77,1%	69,1%	72,5%	100,0%	54,1%	100,0%
Jogos online	20,0%	11,2%	20,0%	25,0%	16,2%	50,0%
Encontros amorosos	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Informações sobre destinos/viagens	58,6%	48,0%	47,5%	50,0%	43,2%	100,0%
Fazer chamadas/conversar	57,1%	53,9%	45,0%	75,0%	37,8%	100,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 47 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	63,2%	88,1%	78,0%	100,0%	94,7%	100,0%
Ler jornais e revistas	35,8%	58,7%	54,2%	71,4%	52,6%	25,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	75,5%	52,4%	59,3%	42,9%	47,4%	75,0%
Home Banking	40,6%	68,5%	66,1%	28,6%	44,7%	100,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	84,9%	93,7%	100,0%	85,7%	94,7%	100,0%
Aceder a serviços públicos	49,1%	68,5%	76,3%	71,4%	71,1%	75,0%
Comprar produtos e serviços	61,3%	61,5%	71,2%	42,9%	57,9%	50,0%
Estudar/pesquisar	80,2%	62,9%	71,2%	100,0%	81,6%	100,0%
Lazer e diversão	68,9%	58,0%	69,5%	42,9%	60,5%	75,0%
Utilizar as redes sociais	84,9%	70,6%	88,1%	71,4%	65,8%	100,0%
Jogos online	28,3%	11,9%	20,3%	14,3%	21,1%	0,0%
Encontros amorosos	4,7%	0,7%	0,0%	0,0%	2,6%	25,0%
Informações sobre destinos/viagens	60,4%	56,6%	61,0%	42,9%	57,9%	25,0%
Fazer chamadas/conversar	71,7%	49,7%	66,1%	57,1%	55,3%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 48 – Alentejo – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	91,4%	89,1%	93,0%	66,7%	100,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	50,0%	44,5%	44,2%	33,3%	40,9%	25,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	60,3%	43,6%	46,5%	33,3%	54,5%	50,0%
Home Banking	53,4%	51,8%	55,8%	33,3%	68,2%	75,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	96,6%	87,3%	86,0%	66,7%	90,9%	75,0%
Aceder a serviços públicos	65,5%	66,4%	55,8%	33,3%	63,6%	25,0%
Comprar produtos e serviços	72,4%	70,0%	60,5%	0,0%	68,2%	50,0%
Estudar/pesquisar	72,4%	70,0%	65,1%	33,3%	72,7%	75,0%
Lazer e diversão	70,7%	55,5%	53,5%	33,3%	54,5%	50,0%
Utilizar as redes sociais	75,9%	70,0%	83,7%	66,7%	59,1%	50,0%
Jogos online	13,8%	9,1%	11,6%	0,0%	9,1%	0,0%
Encontros amorosos	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	53,4%	34,5%	51,2%	33,3%	59,1%	25,0%
Fazer chamadas/conversar	60,3%	51,8%	51,2%	33,3%	50,0%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 49 – Algarve – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	74,7%	80,9%	88,1%	100,0%	70,6%	83,3%
Ler jornais e revistas	40,2%	37,0%	32,2%	0,0%	55,9%	66,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	54,0%	42,2%	61,0%	50,0%	50,0%	66,7%
Home Banking	60,9%	51,4%	50,8%	50,0%	47,1%	16,7%
Acesso ao correio eletrónico (email)	89,7%	89,6%	93,2%	100,0%	97,1%	100,0%
Aceder a serviços públicos	67,8%	62,4%	69,5%	50,0%	61,8%	50,0%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Comprar produtos e serviços	65,5%	56,1%	66,1%	50,0%	50,0%	50,0%
Estudar/pesquisar	75,9%	63,0%	66,1%	25,0%	61,8%	83,3%
Lazer e diversão	62,1%	53,2%	66,1%	50,0%	52,9%	50,0%
Utilizar as redes sociais	64,4%	68,2%	71,2%	50,0%	82,4%	83,3%
Jogos online	14,9%	15,6%	18,6%	25,0%	17,6%	16,7%
Encontros amorosos	3,4%	0,6%	1,7%	0,0%	2,9%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	51,7%	47,4%	50,8%	75,0%	41,2%	50,0%
Fazer chamadas/conversar	52,9%	46,8%	57,6%	50,0%	52,9%	66,7%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 50 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	71,4%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	57,1%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	57,1%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Home Banking	42,9%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	71,4%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Aceder a serviços públicos	71,4%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Comprar produtos e serviços	57,1%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Estudar/pesquisar	42,9%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lazer e diversão	57,1%	83,3%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Utilizar as redes sociais	57,1%	66,7%	50,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Jogos online	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Encontros amorosos	28,6%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Fazer chamadas/conversar	42,9%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 51 – RA Açores – utilização dos ecrãs por estado civil

	Solteiro/a	Casado/a	União de facto	Viúvo/a	Divorciado/a	Separado/a
Atividade Profissional	84,6%	75,0%	87,5%	0,0%	80,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	23,1%	50,0%	62,5%	0,0%	40,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	76,9%	41,7%	50,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Home Banking	61,5%	58,3%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	92,3%	91,7%	87,5%	0,0%	60,0%	0,0%
Aceder a serviços públicos	69,2%	75,0%	75,0%	0,0%	60,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	84,6%	75,0%	62,5%	0,0%	20,0%	0,0%
Estudar/pesquisar	61,5%	50,0%	62,5%	0,0%	20,0%	0,0%
Lazer e diversão	76,9%	66,7%	87,5%	0,0%	40,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	75,0%	75,0%	0,0%	40,0%	0,0%
Jogos online	23,1%	0,0%	37,5%	0,0%	20,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	61,5%	58,3%	50,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	53,8%	58,3%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 52 – Norte – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	88,8%	90,9%	94,4%	100,0%	60,6%	37,5%
Ler jornais e revistas	43,8%	48,5%	38,9%	0,0%	45,5%	50,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	56,3%	42,3%	27,8%	50,0%	93,9%	25,0%
Home Banking	63,8%	56,0%	44,4%	100,0%	30,3%	50,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	93,8%	92,5%	94,4%	100,0%	90,9%	87,5%
Aceder a serviços públicos	71,3%	69,3%	61,1%	100,0%	57,6%	75,0%
Comprar produtos e serviços	70,0%	58,1%	44,4%	100,0%	60,6%	12,5%
Estudar/ pesquisar	73,8%	73,0%	61,1%	100,0%	100,0%	62,5%
Lazer e diversão	53,8%	49,8%	61,1%	0,0%	87,9%	25,0%
Utilizar as redes sociais	80,0%	69,3%	55,6%	100,0%	84,8%	37,5%
Jogos online	16,3%	11,6%	27,8%	0,0%	36,4%	0,0%
Encontros amorosos	1,3%	2,1%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	51,3%	46,9%	44,4%	50,0%	54,5%	25,0%
Fazer chamadas/conversar	60,0%	53,5%	38,9%	100,0%	75,8%	12,5%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 53 – Centro – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	97,3%	90,4%	100,0%	83,3%	33,3%	50,0%
Ler jornais e revistas	43,2%	44,0%	16,7%	33,3%	0,0%	50,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	45,9%	46,4%	50,0%	50,0%	83,3%	0,0%
Home Banking	59,5%	49,6%	33,3%	33,3%	16,7%	50,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	97,3%	89,2%	83,3%	83,3%	66,7%	100,0%
Aceder a serviços públicos	62,2%	69,6%	66,7%	66,7%	50,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	73,0%	63,2%	66,7%	50,0%	66,7%	0,0%
Estudar/ pesquisar	70,3%	65,2%	66,7%	83,3%	100,0%	100,0%
Lazer e diversão	54,1%	58,4%	16,7%	66,7%	100,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	78,4%	70,0%	50,0%	66,7%	83,3%	0,0%
Jogos online	8,1%	16,8%	0,0%	33,3%	16,7%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	56,8%	49,6%	66,7%	50,0%	33,3%	50,0%
Fazer chamadas/conversar	56,8%	52,4%	16,7%	66,7%	50,0%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 54 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	82,4%	89,1%	100,0%	42,9%	37,5%	44,4%
Ler jornais e revistas	54,1%	52,7%	57,1%	28,6%	30,0%	66,7%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	67,6%	53,6%	100,0%	57,1%	85,0%	11,1%
Home Banking	60,8%	63,2%	57,1%	28,6%	27,5%	22,2%
Acesso ao correio eletrónico (email)	90,5%	95,0%	100,0%	85,7%	77,5%	100,0%
Aceder a serviços públicos	58,1%	70,5%	85,7%	57,1%	37,5%	77,8%
Comprar produtos e serviços	71,6%	60,5%	71,4%	57,1%	57,5%	44,4%
Estudar/ pesquisar	71,6%	68,6%	85,7%	85,7%	90,0%	77,8%
Lazer e diversão	64,9%	61,4%	85,7%	57,1%	75,0%	33,3%
Utilizar as redes sociais	79,7%	76,4%	85,7%	57,1%	87,5%	55,6%
Jogos online	20,3%	16,4%	42,9%	0,0%	32,5%	11,1%
Encontros amorosos	2,7%	0,9%	14,3%	0,0%	7,5%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	62,2%	56,8%	71,4%	42,9%	60,0%	44,4%
Fazer chamadas/conversar	60,8%	56,4%	85,7%	71,4%	82,5%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 55 – Alentejo – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	92,6%	92,8%	100,0%	50,0%	100,0%	20,0%
Ler jornais e revistas	38,9%	46,7%	50,0%	0,0%	0,0%	80,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	55,6%	46,1%	60,0%	50,0%	50,0%	60,0%
Home Banking	64,8%	50,9%	80,0%	0,0%	0,0%	60,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	90,7%	89,8%	80,0%	50,0%	100,0%	80,0%
Aceder a serviços públicos	59,3%	62,9%	90,0%	0,0%	50,0%	80,0%
Comprar produtos e serviços	75,9%	66,5%	70,0%	0,0%	50,0%	40,0%
Estudar/ pesquisar	64,8%	70,7%	80,0%	0,0%	100,0%	80,0%
Lazer e diversão	64,8%	56,9%	60,0%	0,0%	50,0%	60,0%
Utilizar as redes sociais	83,3%	68,9%	80,0%	50,0%	100,0%	60,0%
Jogos online	7,4%	11,4%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	50,0%	41,9%	80,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Fazer chamadas/conversar	63,0%	50,3%	60,0%	0,0%	50,0%	60,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 56 – Algarve – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	84,6%	79,1%	100,0%	0,0%	100,0%	75,0%
Ler jornais e revistas	46,2%	37,6%	60,0%	0,0%	0,0%	75,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	69,2%	47,2%	100,0%	0,0%	100,0%	25,0%
Home Banking	61,5%	51,3%	90,0%	0,0%	100,0%	25,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	92,3%	91,0%	100,0%	0,0%	100,0%	75,0%
Aceder a serviços públicos	46,2%	64,8%	80,0%	0,0%	100,0%	50,0%
Comprar produtos e serviços	69,2%	58,8%	90,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Estudar/ pesquisar	69,2%	65,1%	90,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Lazer e diversão	61,5%	56,7%	90,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	84,6%	68,1%	90,0%	0,0%	100,0%	50,0%
Jogos online	15,4%	16,1%	20,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	46,2%	48,4%	70,0%	0,0%	100,0%	25,0%
Fazer chamadas/conversar	61,5%	49,6%	70,0%	0,0%	100,0%	75,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 57 – RA Madeira – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	0,0%	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	40,0%	54,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Home Banking	20,0%	63,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	81,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Aceder a serviços públicos	20,0%	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Estudar/ pesquisar	0,0%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lazer e diversão	100,0%	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	60,0%	63,6%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Jogos online	20,0%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	40,0%	9,1%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	0,0%	27,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	0,0%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 58 – RA Açores – utilização dos ecrãs face à situação perante o trabalho

	Trabalhador/a por conta de outrem (setor privado)	Trabalhador/a por conta de outrem (setor público)	Trabalhador/a independente	Desempregado/a	Estudante	Reformado/a ou pensionista
Atividade Profissional	0,0%	88,9%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	25,0%	48,1%	16,7%	100,0%	0,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	25,0%	55,6%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Home Banking	0,0%	51,9%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	50,0%	88,9%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Aceder a serviços públicos	25,0%	77,8%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	25,0%	74,1%	66,7%	100,0%	0,0%	0,0%
Estudar/ pesquisar	25,0%	51,9%	66,7%	100,0%	0,0%	0,0%
Lazer e diversão	50,0%	74,1%	66,7%	100,0%	0,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	75,0%	81,5%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Jogos online	50,0%	11,1%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/ viagens	25,0%	51,9%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Fazer chamadas/conversar	25,0%	59,3%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 59 – Norte – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	62,9%	64,7%	89,0%	96,7%	87,5%	100,0%
Ler jornais e revistas	42,9%	32,4%	39,0%	59,0%	62,5%	33,3%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	91,4%	44,1%	46,3%	44,3%	37,5%	0,0%
Home Banking	34,3%	32,4%	59,1%	57,4%	75,0%	66,7%
Acesso ao correio eletrónico (email)	91,4%	97,1%	92,1%	91,8%	95,8%	100,0%
Aceder a serviços públicos	60,0%	58,8%	65,9%	74,6%	79,2%	100,0%
Comprar produtos e serviços	62,9%	61,8%	64,0%	55,7%	33,3%	100,0%
Estudar/pesquisar	100,0%	76,5%	65,9%	79,5%	75,0%	66,7%
Lazer e diversão	82,9%	58,8%	50,0%	54,1%	33,3%	0,0%
Utilizar as redes sociais	85,7%	79,4%	68,3%	75,4%	50,0%	33,3%
Jogos online	34,3%	14,7%	15,2%	12,3%	0,0%	33,3%
Encontros amorosos	2,9%	2,9%	2,4%	0,8%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	54,3%	47,1%	43,3%	50,8%	54,2%	66,7%
Fazer chamadas/ conversar	77,1%	64,7%	52,4%	50,0%	62,5%	33,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 60 – Centro – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	50,0%	76,9%	90,1%	93,2%	100,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	33,3%	26,9%	36,4%	51,1%	65,2%	100,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	100,0%	38,5%	49,4%	45,5%	30,4%	50,0%
Home Banking	33,3%	42,3%	44,4%	55,7%	69,6%	100,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	83,3%	80,8%	89,5%	92,0%	91,3%	100,0%
Aceder a serviços públicos	66,7%	50,0%	64,8%	72,7%	87,0%	100,0%
Comprar produtos e serviços	83,3%	53,8%	64,8%	64,8%	60,9%	50,0%
Estudar/pesquisar	100,0%	53,8%	59,9%	79,5%	78,3%	50,0%
Lazer e diversão	100,0%	57,7%	55,6%	58,0%	56,5%	100,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	69,2%	70,4%	68,2%	69,6%	100,0%
Jogos online	33,3%	23,1%	17,3%	11,4%	8,7%	0,0%
Encontros amorosos	16,7%	3,8%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	66,7%	26,9%	53,7%	52,3%	43,5%	50,0%
Fazer chamadas/ conversar	66,7%	38,5%	53,7%	52,3%	52,2%	100,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 61 – Área Metropolitana de Lisboa – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	39,5%	65,0%	80,8%	93,1%	88,9%	90,0%
Ler jornais e revistas	36,8%	30,0%	49,0%	52,0%	75,0%	60,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	78,9%	85,0%	55,6%	59,8%	44,4%	60,0%
Home Banking	21,1%	40,0%	53,0%	77,5%	61,1%	60,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	81,6%	90,0%	92,7%	96,1%	88,9%	100,0%
Aceder a serviços públicos	47,4%	50,0%	59,6%	75,5%	75,0%	80,0%
Comprar produtos e serviços	57,9%	80,0%	53,6%	68,6%	72,2%	70,0%
Estudar/pesquisar	92,1%	80,0%	70,2%	71,6%	61,1%	70,0%
Lazer e diversão	76,3%	50,0%	61,6%	66,7%	55,6%	60,0%
Utilizar as redes sociais	86,8%	80,0%	70,9%	88,2%	66,7%	70,0%
Jogos online	34,2%	25,0%	19,9%	15,7%	5,6%	20,0%
Encontros amorosos	7,9%	0,0%	1,3%	2,9%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	60,5%	50,0%	51,0%	65,7%	66,7%	60,0%
Fazer chamadas/ conversar	78,9%	70,0%	59,6%	54,9%	47,2%	60,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 62 – Alentejo – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	66,7%	76,9%	93,0%	92,4%	88,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	38,5%	43,0%	46,8%	56,0%	50,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	66,7%	23,1%	52,6%	49,4%	36,0%	83,3%
Home Banking	0,0%	38,5%	57,0%	54,4%	52,0%	83,3%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	84,6%	93,0%	83,5%	88,0%	100,0%
Aceder a serviços públicos	33,3%	38,5%	64,9%	62,0%	64,0%	100,0%
Comprar produtos e serviços	33,3%	46,2%	75,4%	64,6%	56,0%	66,7%
Estudar/pesquisar	66,7%	30,8%	71,1%	74,7%	60,0%	100,0%
Lazer e diversão	33,3%	69,2%	61,4%	57,0%	40,0%	83,3%
Utilizar as redes sociais	100,0%	53,8%	68,4%	78,5%	72,0%	100,0%
Jogos online	0,0%	23,1%	9,6%	8,9%	8,0%	33,3%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,9%	1,3%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	15,4%	42,1%	50,6%	44,0%	83,3%
Fazer chamadas/ conversar	33,3%	23,1%	60,5%	53,2%	32,0%	83,3%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 63 – Algarve – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	100,0%	55,6%	80,2%	91,5%	100,0%	100,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	27,0%	35,4%	51,2%	52,4%	75,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	100,0%	39,7%	46,9%	56,1%	61,9%	100,0%
Home Banking	100,0%	27,0%	53,1%	63,4%	71,4%	100,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	100,0%	92,1%	90,1%	90,2%	100,0%	100,0%
Aceder a serviços públicos	100,0%	52,4%	64,1%	69,5%	76,2%	100,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	47,6%	57,3%	70,7%	66,7%	75,0%
Estudar/pesquisar	100,0%	55,6%	64,1%	74,4%	90,5%	50,0%
Lazer e diversão	100,0%	52,4%	55,7%	64,6%	52,4%	75,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	66,7%	69,3%	67,1%	81,0%	75,0%
Jogos online	100,0%	15,9%	17,7%	14,6%	9,5%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	1,6%	1,6%	2,4%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	100,0%	39,7%	45,3%	57,3%	61,9%	100,0%
Fazer chamadas/ conversar	100,0%	57,1%	50,5%	48,8%	42,9%	50,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 64 – RA Madeira – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	0,0%	0,0%	57,1%	62,5%	100,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	0,0%	57,1%	50,0%	0,0%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	0,0%	57,1%	50,0%	0,0%	0,0%
Home Banking	0,0%	0,0%	28,6%	75,0%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	0,0%	57,1%	50,0%	100,0%	0,0%
Aceder a serviços públicos	0,0%	0,0%	42,9%	62,5%	100,0%	0,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	0,0%	57,1%	50,0%	0,0%	0,0%
Estudar/pesquisar	0,0%	0,0%	14,3%	50,0%	0,0%	0,0%
Lazer e diversão	0,0%	0,0%	100,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Utilizar as redes sociais	100,0%	0,0%	85,7%	50,0%	0,0%	0,0%
Jogos online	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	100,0%	0,0%	14,3%	25,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	0,0%	28,6%	12,5%	0,0%	0,0%
Fazer chamadas/ conversar	0,0%	0,0%	42,9%	25,0%	0,0%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Tabela 65 – RA Açores – utilização dos ecrãs por escalão de rendimentos

	Sem rendi-mentos	Até 705 €	705.01€ a 1200 €	1200.01€ a 2000 €	2000.01€ a 3000 €	mais de 3000 €
Atividade Profissional	0,0%	50,0%	80,0%	87,5%	100,0%	0,0%
Ler jornais e revistas	0,0%	50,0%	32,0%	62,5%	66,7%	0,0%
Ver TV, filmes, vídeos e ouvir música	0,0%	50,0%	52,0%	62,5%	33,3%	0,0%
Home Banking	0,0%	50,0%	48,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Acesso ao correio eletrónico (email)	0,0%	100,0%	84,0%	100,0%	66,7%	0,0%
Aceder a serviços públicos	0,0%	50,0%	72,0%	75,0%	66,7%	0,0%
Comprar produtos e serviços	0,0%	100,0%	72,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Estudar/pesquisar	0,0%	100,0%	48,0%	62,5%	33,3%	0,0%
Lazer e diversão	0,0%	100,0%	72,0%	75,0%	33,3%	0,0%
Utilizar as redes sociais	0,0%	50,0%	84,0%	87,5%	33,3%	0,0%
Jogos online	0,0%	0,0%	24,0%	12,5%	0,0%	0,0%
Encontros amorosos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informações sobre destinos/viagens	0,0%	50,0%	48,0%	87,5%	0,0%	0,0%
Fazer chamadas/ conversar	0,0%	50,0%	48,0%	62,5%	33,3%	0,0%

Fonte: dados obtidos através do inquérito por questionário

Scroll. Logo existo! Comportamentos aditivos no uso dos ecrãs.

A digitalização das relações sociais está a mudar a forma como estruturamos as rotinas da vida quotidiana. A internet e as redes sociais que surgiram para nos ajudar numa diversidade de funções estão a tornar-nos seus servos. Esta adulteração do uso da tecnologia, que produz uma diversidade de comportamentos aditivos digitais, foi o ponto de partida para o desenvolvimento deste projeto de investigação. Compreender a mudança nos nossos hábitos de consumo digital e como eles nos colocam numa situação de dependência de ecrãs, permitiu-nos desenvolver uma estratégia metodológica, envolvendo a aplicação de um inquérito por questionário a nível nacional para identificar usos e práticas de dependência de ecrãs. Ao trabalho quantitativo seguiu-se a realização de entrevistas a participantes com dependência de ecrãs. Os resultados, ainda que não sejam alarmantes, deixam algumas inquietações sobre o uso excessivo dos ecrãs nos jovens portugueses e, de um modo geral, como as rotinas do quotidiano estão a ser moldadas por interações digitais com aplicações como o WhatsApp, correio eletrónico e uma diversidade de aplicações que se encontram instaladas no *smartphone*.

I scroll, therefore I am. Addictive behaviours in screen use.

The digitalization of social relationships is changing the way we structure the routines of everyday life. The internet and social networks that have emerged to help us in a variety of functions are making us their servants. This adulteration of the use of technology, which produces a diversity of digital additive behaviors, was the starting point for the development of this research project. Understanding the change in our digital consumption habits and how they put us in a situation of screen addiction, allowed us to develop a methodological strategy, involving the application of a questionnaire survey at national level to identify uses and practices of screen addiction. The quantitative work was followed by interviews with participants with screen addiction. The results, although not alarming, leave some concerns about the excessive use of screens in Portuguese young people and, in general, how daily routines are being shaped by digital interactions with applications such as WhatsApp, email and a variety of applications that are installed on the smartphone.

Parceria

ICAD Instituto para os Comportamentos Aditivos e as Dependências, I.P.

ISBN 978-989-640-268-6

CLISSIS Centro Lusíada de Investigação em Serviço Social e Intervenção Social

fct Fundação para a Ciência e a Tecnologia

REPÚBLICA PORTUGUESA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Este trabalho foi financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto «UIDB/04624/2020».