

Avaliação da Utilização do *Facebook* numa Amostra de Adultos

Sara Edite de Antas Araújo



Avaliação da Utilização do *Facebook* numa Amostra de Adultos

Universidade Fernando Pessoa

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2019

Avaliação da Utilização do *Facebook* numa Amostra de Adultos

Sara Edite de Antas Araújo



Avaliação da Utilização do *Facebook* numa Amostra de Adultos

Universidade Fernando Pessoa

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2019

Sara Edite de Antas Araújo



Avaliação da Utilização do *Facebook* numa Amostra de Adultos

Dissertação de Mestrado Apresentada à
Universidade Fernando Pessoa, Sob
Orientação da Prof. Doutora Zélia
Teixeira, como parte dos requisitos para a
obtenção de grau de Mestre em Psicologia
Clínica e da Saúde

(Sara Edite de Antas Araújo)

Universidade Fernando Pessoa
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2019

Resumo

Embora existam alguns estudos referentes à utilização excessiva do Facebook, o seu número é reduzido nomeadamente em Portugal.

Neste contexto, o presente estudo tem como objetivo avaliar a utilização do Facebook (desde o uso pontual à adição), com o intuito de caracterizar diferentes formas de envolvimento com esta plataforma virtual, exemplo paradigmático das denominadas redes sociais.

O presente trabalho foi realizado com uma amostra de 499 indivíduos portugueses (394 mulheres e 105 homens) utilizadores do Facebook, com idades compreendidas entre os 19 e os 75 anos. Para tal, foi utilizado um questionário sociodemográfico e a Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen* (BFAS).

Os resultados revelaram que 7,6% da amostra apresenta uma utilização adicta do *Facebook* que cumpre os requisitos de uma adição. Mais especificamente verificamos que quanto mais horas os participantes usam o Facebook maior é a probabilidade de se desenvolver uma adição, sendo que os sujeitos mais novos são aqueles que passam mais tempo nesta rede social. O estado civil também parece influenciar os resultados, visto que os indivíduos solteiros e numa relação informal passam mais tempo no Facebook, mas em contrapartida os viúvos passam menos tempo. O estudo também revelou que são as mulheres que passam mais tempo no Facebook durante o fim de semana e que, à medida que a idade aumenta, os sintomas de conflito diminuem.

Palavras-chave: *Facebook*, Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*.

Abstract

Despite the existence of some studies addressing the excessive use of Facebook, their number is still limited, especially in Portugal.

In this context, the present study aims to evaluate the Facebook use (from punctual use to addiction), to characterize the different involvement forms with this virtual platform, a paradigmatic example of the so-called social networks.

The present study was conducted with a sample of 499 Portuguese individuals (394 women and 105 men), aged between 19 and 75 years old. For this purpose, a socio-demographic questionnaire and the Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) were used.

The results highlighted that 7,6% of the individuals have an addicted use of Facebook, in line with the addiction requirements. In detail, we observed that the more the participants spend time on Facebook, the higher is the probability to develop an addiction, being the young people the ones who spend more time in this social network. The marital status also plays a role in the results, since single individuals and those into an informal relationship spend more time on Facebook, while the widowed ones spend less time. The study also pointed out that women are the ones who spend more time on Facebook over the weekend and that the symptoms of conflict decrease with age.

Keywords: Facebook, Bergen Facebook Addiction Scale

AGRADECIMENTOS

Chegou a altura de reservar um espaço para agradecer a todas as pessoas que me apoiaram e ajudaram não só na realização desta dissertação de mestrado, mas também ao longo da minha Licenciatura e Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde.

Agradeço, à minha orientadora, Prof. Doutora Zélia Teixeira, por toda a orientação e apoio prestado, nesta dissertação de mestrado. Agradeço também todos os conselhos, a sua disponibilidade, assim como a boa disposição demonstrada ao longo da realização do presente trabalho.

Um agradecimento muito especial à minha família, em particular aos meus pais, avós, bisavó e primas. Aos meus pais porque sem eles jamais teria chegado até aqui, não só pela ajuda, mas também por toda atenção, conselhos e carinho nas alturas em que a ansiedade, os receios e o medo falavam mais alto. Aos meus avós porque na ausência dos meus pais sempre estiveram presentes para me dar uma palavra de consolo e coragem. À minha bisavó Sara que apesar de já não estar presente fisicamente na minha vida há algum tempo, senti o seu apoio todos os dias ao longo desta minha caminhada. À minha prima Ana Rodrigues, que para além de ter estado presente para ouvir os meus desabafos e preocupações numa parte deste meu percurso, também me ajudou em muito no que respeita à compreensão da língua inglesa para realizar a presente dissertação de mestrado. À minha prima Susana, por todo o apoio, companheirismo e transmissão de conhecimentos na fase final da presente dissertação de mestrado.

Obrigada ao meu namorado, por estar presente em todas as situações. Pela sua paciência, ajuda, companheirismo, compreensão e em especial, por nunca me ter deixado baixar os braços e por me ter dado coragem para enfrentar todas as dificuldades que surgiram nestes dois últimos anos do meu percurso académico.

Agradeço de forma especial à minha amiga Cátia Moreira, por todo o apoio incondicional, ajuda, amizade, compreensão, auxílio e contributo ao longo de todo o meu percurso académico. Sem dúvida a sua amizade ajudou me em muito em diversos aspetos nestes últimos cinco anos.

Por fim, não poderia deixar de agradecer às minhas amigas, Cátia Costa, Sofia Pereira, Filipa Teixeira, Marina Lourenço, Eduarda Caçador e outros colegas e amigos de

que neste momento me possa estar a esquecer, por todo o apoio e amizade durante o meu percurso académico.

Índice

Introdução.....	1
CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
1. Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).....	4
1.1. Enquadramento histórico.....	4
1.2. Vantagens e desvantagens das TIC	5
1.3. Evolução e rapidez das TIC	6
1.4. A utilização das TIC em Portugal	7
2. Redes sociais	8
2.1. Evolução das redes sociais	10
2.2. O caso particular do <i>Facebook</i>	12
2.2.1. Benefícios e consequências da utilização do <i>Facebook</i>	13
3. Adições comportamentais	14
3.1. Modelo de componentes de adição numa estrutura biopsicossocial	18
3.1.1. Principais componentes da adição comportamental.....	19
3.1.1.1. Saliência	19
3.1.1.2. Modificação de humor	19
3.1.1.3. Tolerância	19
3.1.1.4. Sintomas de abstinência.....	20
3.1.1.5. Conflito	20
3.1.1.6. Recaída	20
4. Adição à internet.....	21
4.1. Critérios de diagnóstico da adição da Internet	28
5. Adição ao <i>Facebook</i>	31
5.2. Tratamento da adição às redes sociais.....	39
CAPÍTULO II – ESTUDO EMPÍRICO	42
6. Método.....	43
6.1. Justificação da escolha do tema	43
6.2. Objetivos do estudo.....	43
6.2.1. Objetivo geral	43
6.2.2. Objetivos específicos	43
6.3. Amostra	44
6.4. Instrumentos	45
6.4.1. Questionário sociodemográfico	45
6.4.2. Escala de Adição ao <i>Facebook</i> de <i>Bergen</i>	45

6.5. Procedimentos	46
7. Análise dos resultados	47
7.1. Análise descritiva	47
7.2. Análise inferencial.....	56
8. Discussão de resultados	79
Conclusão	84
Referências bibliográficas	87
ANEXOS	101

Lista de Siglas

APA- *American Psychological Association*

BFAS- Escala de adição ao *Facebook* de *Bergen*

DSM- Manual Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais

IADQ- *Internet Addiction Diagnostic Questionnaire*

I-PACE- *Person-Affect-Cognition-Execution*

INE- Instituto Nacional De Estatísticas

OEDT – Observatório Europeu das Drogas e da Toxicodependência

PC- *Personal Computer*

PIU- Uso Patológico da Internet

SRS- *Sites* de Rede Social

TCC- Terapia Cognitivo Comportamental

TDAH- Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade

TIC- Tecnologias de Informação e Comunicação

U&G- Teoria de Uso e Gratificações

WWW- *World Wide Web*

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Caracterização da amostra quanto à variável género.....	47
Tabela 2 – Caracterização da amostra quanto à variável idade.....	48
Tabela 3 – Caracterização da amostra quanto à variável classes de idade	48
Tabela 4 – Caracterização da amostra quanto à variável estado civil	48
Tabela 5 – Caracterização da amostra quanto à variável habilitações literárias	49
Tabela 6 – Caracterização da amostra quanto à variável meios de acesso ao Facebook	49
Tabela 7 – Caracterização da amostra quanto à variável número de horas despendidas por dia durante a semana no Facebook	50
Tabela 8 – Caracterização da amostra quanto à variável número de horas despendidas por dia ao fim de semana no Facebook.....	50
Tabela 9 – Caracterização amostra quanto à variável objetivos de uso (publicar informações/fotos, jogar, conversar e fazer trabalhos de grupo).....	51
Tabela 10 – Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (ver perfis de outras pessoas, procurar trabalho, vender produtos e seguir pessoas famosas do seu interesse).....	51
Tabela 11 – Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (contactar amigos e familiares, ler notícias, partilhar informação científica e informação de trabalho)	52
Tabela 12 – Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (grupos específicos, fins culturais, passatempo e ver publicações	52
Tabela 13 – Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (seguir páginas de interesse, coordenar equipas científicas e conhecer pessoas).....	53
Tabela 14 – Estatísticas descritiva: BFAS questão 1	53
Tabela 15 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 2	54
Tabela 16 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 3	54
Tabela 17 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 4	55
Tabela 18 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 5	55
Tabela 19 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 6	56
Tabela 20 – Resultados da cotação da BFAS	56
Tabela 21 – Resultados do teste U de Mann-Whitney para as variáveis sexo e tempo gasto por dia durante a semana no Facebook.....	57
Tabela 22 – Resultados do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis sexo e tempo gasto por dia durante o fim de semana no Facebook.....	58

Tabela 23 – Resultados do Teste U Mann – Whitney, para as variáveis sexo e total da escala	58
Tabela 24 – Resultados do Teste Qui-Quadrado para as variáveis sexo e existência ou não de adição	59
Tabela 25 – Resultados do Teste U- Mann – Whitney para as variáveis sexo e dimensões da adição	60
Tabela 26 – Resultado do Teste de Wilcoxon para as variáveis habilitações literárias e pontuação total.....	61
Tabela 27 – Resultado do Teste U Mann-Whitney para as variáveis habilitações literárias e existência ou não de adição	61
Tabela 28 – Resultado do Teste H Kruskal-Wallis para as variáveis estado civil e tempo gasto por dia durante a semana no Facebook	62
Tabela 29 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis estado civil e tempo gasto por dia durante o fim de semana no Facebook.....	63
Tabela 30 – Resultado do Teste Qui-Quadrado para as variáveis estado civil e existência ou não de adição	63
Tabela 31 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e tempo gasto por dia durante a semana no Facebook	64
Tabela 32 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e tempo gasto por dia durante o fim de semana no Facebook.....	64
Tabela 33 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e pontuação total.....	65
Tabela 34 – Resultado do Teste de Qui-Quadrado para as variáveis classes de idade e existência ou não de adição	65
Tabela 35 – Resultados do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis existência ou não de adição e tempo gasto por dia durante a semana no Facebook	66
Tabela 36 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis existência de adição ou não e tempo gasto por dia durante o fim de semana no Facebook.....	67
Tabela 37 – Resultado do Teste Qui-Quadrado para as variáveis meios de acesso ao Facebook e existência ou não de adição	67
Tabela 38 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis meios de acesso ao Facebook e pontuação total da escala	68
Tabela 39 – Resultado do Teste de Qui-Quadrado para as variáveis ver perfis de outras pessoas e existência ou não de adição	69

Tabela 40 – Resultado do Teste de Qui-Quadrado para as variáveis seguir pessoas famosas do seu interesse e existência ou não de adição	69
Tabela 41 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis publicar informações/fotos e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana.....	70
Tabela 42 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis jogar e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana.....	71
Tabela 43 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis conversar e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	71
Tabela 44 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis fazer trabalhos de grupo e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	72
Tabela 45 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis ver perfis de outras pessoas e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	72
Tabela 46 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis procurar trabalho e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	73
Tabela 47 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis vender produtos e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	73
Tabela 48 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis seguir pessoas famosas do seu interesse e tempo gasto no Facebook por dia durante a semana	74
Tabela 49 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis publicar informações/fotos e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana.....	75
Tabela 50 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis jogar e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana	75
Tabela 51 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis conversar e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana.....	76
Tabela 52 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis fazer trabalhos de grupo e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana.....	76
Tabela 53 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis ver perfis de outras pessoas e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana.....	77
Tabela 54 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis vender produtos e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana.....	77
Tabela 55 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis seguir pessoas famosas do seu interesse e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana	78

Índice de Figuras

Figura 1 – Cronologia das redes sociais 11

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Estatísticas de utilização das redes sociais de 2018	12
--	----

Introdução

A evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) proporcionou o surgimento dos computadores, dos *tablets*, dos *smartphones* e da internet, que por sua vez permitem aos indivíduos aceder às redes sociais.

Nos últimos anos as redes sociais como o *Facebook* têm-se revelado um recurso importante para a sociedade, no sentido de permitir estabelecer contacto com as amizades já existentes, criar novas amizades, realizar trabalhos de grupo, vender produtos, entre outros fatores (Elison, Steinfiel & Lampe, 2007). No entanto, têm-se também verificado desvantagens na utilização destas redes sociais, uma vez que os investigadores se têm deparado com indivíduos que utilizam estas plataformas virtuais de forma excessiva, apresentando sintomatologias idênticas às dependências de drogas e álcool (Echeburía & Carreal, 2010).

Assim sendo, no âmbito do Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde pretendemos realizar esta dissertação de mestrado com o objetivo de avaliar os padrões de uso da rede social *Facebook* (do uso pontual à adição) numa amostra de adultos portugueses, com o intuito de caracterizar diferentes formas de envolvimento com esta plataforma virtual. Mais especificamente compreender de que forma as variáveis sociodemográficas dos utilizadores do *Facebook* se relacionam com os resultados obtidos destes na escala de adição ao *Facebook* de *Bergen*

De forma a realizar este estudo optamos por utilizar a Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*, como método para avaliar a adição dos adultos ao *Facebook*. Segundo Pontes, Andreassen e Griffiths (2016) este instrumento permite avaliar seis elementos principais de adição e contém excelentes propriedades psicométricas.

De seguida, é exposta a estrutura desta dissertação de mestrado e os capítulos que vão de encontro à temática abordada anteriormente.

No enquadramento teórico surge o primeiro tópico, intitulado de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), onde é apresentada a evolução e impacto das TIC, as suas vantagens e desvantagens, assim como a utilização destas em Portugal.

No tópico seguinte, são abordadas as redes sociais, a sua evolução e o caso particular do *Facebook*, nomeadamente a história do *Facebook* e as suas vantagens e desvantagens.

No terceiro tópico, são expostos os diferentes tipos de adições comportamentais propostas na literatura, de que forma estas influenciam o indivíduo e tudo que o rodeia e os seus principais componentes.

O penúltimo tópico, destaca-se à adição à internet, nomeadamente ao seu surgimento, à sua definição, aos efeitos que está provoca nos indivíduos, suas vantagens e desvantagens, aprofundando alguns dos estudos existentes relativos a esta temática e alguns dos critérios de diagnóstico propostos por diferentes autores.

O sexto e último tópico é direcionado ao cerne desta investigação, a adição ao *Facebook*, que tem sido amplamente estudada no estrangeiro, revelando-se nos últimos anos como prejudicial para a vida dos seus utilizadores com um uso adicto. A adição ao *Facebook* é considerada uma forma específica de adição à internet, interferindo na vida dos indivíduos de forma similar. Este tópico concentra-se em demonstrar de que forma o *Facebook* se tem tornado uma adição, os tratamentos já existentes para a adição às redes sociais em geral, os modelos que se têm debruçado em perceber a adição às redes sociais e os estudos já existentes na literatura referentes a esta temática.

Na parte inicial do segundo capítulo, (estudo empírico) é apresentado a metodologia adotada, em particular o tipo de estudo, os objetivos gerais e específicos, a caracterização sociodemográfica da amostra, assim como a caracterização do instrumento e do questionário selecionado para a recolha de dados, seguindo-se a análise dos mesmos.

De seguida, são apresentados os resultados obtidos, e posteriormente a discussão dos resultados comparando os dados obtidos na presente investigação com resultados já existentes na literatura.

Na parte final deste segundo capítulo, são apresentadas as conclusões desta investigação, demonstrando os resultados obtidos da mesma, assim como as limitações encontradas, as sugestões e considerações para futuras investigações.

CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC)

As TIC possibilitaram aos indivíduos novas formas de interação social, facilitando a vida dos seres humanos, pois estes meios permitem aos sujeitos criar, armazenar, processar e utilizar a informação de diferentes formas, tornando assim mais fácil a comunicação (Vaz, 2010).

Segundo Kohn e Moraes (2007) (p.1) “a informação é a transmissão de mensagens que possuem um significado comum entre o emissor (quem produz a mensagem) e um sujeito (quem recebe a mensagem), por meio de um suporte tecnológico que faz a mediação dessa mensagem”.

Por sua vez, a comunicação é definida como um processo composto por duas vias, através da qual ocorre troca e desenvolvimento de informações, a fim de atingir um objetivo comum entre as partes. Para este processo ocorrer são necessários três elementos básicos: remetente, mensagem e recetor, assim como três componente articulativos: codificação, intrepção e feedback (Kaul, 2000).

Nos dias de hoje, a informação é um elemento importante para proporcionar o conhecimento das relações, da vida económica, política e social, necessitando sempre de um suporte tecnológico, a fim de divulgar todo esse processo, transformando-se num fenómeno social (Kohn & Moraes, 2007).

1.1. Enquadramento histórico

As TIC foram impulsionadas pela descoberta da máquina a vapor no final do século XVII, o início da era das máquinas e da produção industrial (Nicolaci-da-Costa, 2003). Alguns séculos mais tarde (século XX), foi descoberto o Computador eletrónico, devido à investigação efetuada na área da matemática (Rocio, 2010).

A evolução moderna das Tecnologias da Informação (IT) surgiu no final dos anos 60, quando a APARNET (Internet) foi introduzida pelo departamento de defesa dos EUA, a fim de efetuar a ligação entre os computadores (Deb, 2014; Rocio, 2010).

No final dos anos 70, a utilização da APARNET foi autorizada a nível civil e nas grandes universidades. No decorrer dos anos 80 e 90 surgiram os primeiros serviços de Internet e os sistemas operativos de janela, tecnologias estas que ajudaram em muito o crescimento das TIC (Rocio, 2010).

O *Personal Computer* (PC) surgiu em 1984 (Kohn & Moraes, 2007) com o sistema operativos da *Apple* (sistema *Macos*) e em 1985, com o sistema operativo *Microsoft* (primeira versão do *Windows*) (Rocio, 2010).

Já no que se refere aos serviços de internet surgiram os protocolos de *e-mail*, as transferências de ficheiros e os nomes de domínio (como por exemplo *microsoft.com* ou *univ.ab.pt*). Nos anos 90 foi descoberto o responsável pela explosão da internet, o *World Wide WEB* (WWW), tornando esta plataforma uma rede de comunicação global, difundida rapidamente por vários países, organizações, indivíduos e culturas, desempenhando diversas funcionalidades (DiMaggio, Hargittai, Neuman & Robinson, 2001; Rocio, 2010). Devido à evolução do *hardware* houve também uma grande evolução no *software*, o que veio permitir uma maior rapidez dos computadores, da sua capacidade de armazenamento de dados e dos programas (Rocio, 2010).

Hoje em dia pode-se denotar uma relação estreita entre a globalização e as TIC, pois foi com o surgimento das TIC que se impulsionou a globalização e que permitiu a criação de uma nova sociedade mundial que acede a informações e comunicação que até então seriam inacessíveis (Bojanic & Budimir, 2011).

Assim, a globalização e o impacto das TIC são processos naturais e necessários para a formação de uma nova ordem mundial, que assume novas formas de pensar e de troca de informação (Bojanic & Budimir, 2011).

Está-se perante uma sociedade de informação, que representa uma mudança drástica na organização da sociedade e da economia, demonstrando-se um fenómeno global, com elevado potencial transformador das atividades sociais e económicas, sendo que a estrutura e a dinâmica dessas atividades são afetadas pela infraestrutura de informações disponíveis. É de salientar a marcante dimensão social desta era, pois apresenta um elevado potencial de promover a integração ao diminuir a distância entre pessoas e aumentar o seu nível de informação (Ambrosio, Polizei, Brustelo & Gabriel, 2011).

1.2. Vantagens e desvantagens das TIC

A evolução das TIC alterou diversos campos da vida do ser humano, o que traz aliados a si diversas vantagens e desvantagens para o mesmo.

Neste sentido, as vantagens relacionam-se com a possibilidade de os indivíduos passarem a poder comunicar por mensagens, chamadas e videoconferência, o que possibilita a manutenção das relações interpessoais, a criação de novas amizades e o teletrabalho (Deb, 2014).

As aulas tornaram-se mais dinâmicas com a utilização destes novos meios e passaram a poder ser realizadas virtualmente, através de videoconferência (Deb, 2014).

A nível da saúde houve também bastantes evoluções, visto que as cirurgias passaram a poder ser realizadas à distância e surgiram novas máquinas para a realização de exames médicos e de tratamentos (Deb, 2014).

Esta transformação social originou o surgimento de novos entretenimentos e ocupações (Kohn & Moraes, 2007).

Para além desse conjunto de fatores positivos, existem ainda desvantagens que têm também vindo a acompanhar a evolução das TIC.

A perda de trabalho está entre esses fatores, devido à substituição da mão de obra pelas máquinas e a exportação de trabalho (Deb, 2014).

A diminuição da interação social representa similarmente um fator negativo, uma vez que a realização do trabalho através de casa, reduz consideravelmente a interação entre as pessoas (Deb, 2014).

Os sujeitos têm igualmente uma tendência para adotar uma vida mais sedentária, que lhes pode vir a causar problemas de saúde nomeadamente obesidade, doenças cardíacas, diabetes e fadiga ocular (Deb, 2014)

Para além disso, a internet veio também permitir aos indivíduos estabelecerem contacto com pessoas desconhecidas, assim como marcarem encontros, podendo surgir mais ocorrências de raptos, violações, *bullying* e *Cyberstalking* (Deb, 2014).

1.3. Evolução e rapidez das TIC

Desde o aparecimento dos computadores até aos dias de hoje, já ocorreram diversas alterações tecnológicas no domínio da informática e das telecomunicações, nomeadamente, o surgimento dos *smartphones*, dos *tablets*, *ultrabooks* e a internet de alta velocidade, o que permitiu aos indivíduos acederem à informação tecnológica em segundos (Filhos & Santos, 2015; Lagarto & Marques, 2015).

A velocidade das mudanças, a internet e os novos aspetos da comunicação, possibilitaram a ligação entre os países e a divulgação da arte e da ciência, transformando, assim, as TIC num importante meio capital para quase todos os aspetos da sociedade atual (Ambrosio, Polizei, Brustelo & Gabriel, 2011).

Assim sendo, todas as evoluções que acompanharam o progresso das TIC, deram origem a um novo espaço de socialização: o ciberespaço. Estes progressos tecnológicos englobam o aparecimento da internet, dos meios de comunicação (telefone, computador, *smartphones*), das redes sociais, entre outros. Os indivíduos são também parte integrante deste espaço virtual. Outro conceito que surgiu devido a toda esta evolução tecnológica, é a cibercultura, que se traduz na cultura resultante da utilização das redes de computadores, e de outros suportes tecnológicos, particularmente, o *tablet*, o *smartphone*, derivado da comunicação virtual (Sarmiento & Eckert, 2006).

Este desenvolvimento trouxe aliado a si o surgimento de diversas redes sociais que têm aproximado as pessoas de todo mundo, possibilitando um contacto ativo entre as mesmas.

Sumarizando, as TIC potenciaram o aparecimento de novas maneiras de trabalhar, socializar e de aprender novos valores sociais e culturais ao nível global e mundial (Sarmiento & Eckert, 2006). Neste sentido, estes meios de comunicação e informação estão a alterar de forma drástica a vida das pessoas e a criar novas formas de interação entre os indivíduos, permitindo aos seus utilizadores adquirirem informações e comunicarem através de um só clique (Guedes, Nardi, Guimarães, Machado & King, 2016).

1.4. A utilização das TIC em Portugal

Ao falarmos das TIC e da sua evolução ao nível geral, torna-se fulcral analisar a utilização das mesmas em Portugal. Neste sentido, ao consultar os dados do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) podemos constatar que no primeiro trimestre de 2007, 48,3% dos agregados domésticos possuíam computador e 39,6% tinham internet em casa (INE, 2007, citado por Ferreira & Monteiro, 2009).

Ainda segundo o INE, podemos denotar a evolução diária da utilização da internet desde 2013 até 2017 nos primeiros três meses do ano nos indivíduos com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos (INE, 2018). Em 2013 cerca de 48% dos

indivíduos utilizavam a internet, aumentando para os 51% em 2014, para os 55% em 2015, para o 60% em 2016 e para os 63% em 2017 (INE, 2018), o que nos revela uma evolução constante ao longo dos anos da utilização da internet que já ultrapassou mais de metade da população portuguesa, e que pronuncia uma tendência para que se mantenha esse aumento ao longo dos próximos anos (INE, 2018).

Os dados estatísticos referem ainda que a utilização do telemóvel aumentou desde 2009 até 2013 (primeiros três meses), ao longo dos anos (INE, 2013). Em 2009 cerca de 88,7% dos indivíduos utilizavam o telemóvel, sendo que aumentou para 89,7% em 2010, em 2011 voltou a aumentar para 92,1%, mantendo-se a tendência para o mesmo aumento em 2012 com 93,4% da população e em 2013% denotou-se um ligeiro aumento para os 93,5% (INE, 2013).

Todos os dados supracitados revelam-nos uma tendência para a maioria da população portuguesa possuir computador, com acesso à internet e, também, possuir telemóvel, o que nos demonstra o poder e a importância das TIC nos dias de hoje em Portugal.

2. Redes sociais

O desenvolvimento das TIC, permitiu o aparecimento de novos espaços de comunicação e interação social, que, de um certo modo, contribuíram com diversos fatores para a construção da identidade social, sendo eles conhecidos como redes sociais (Akter & Cyprus, 2014).

Antes demais, é fundamental distinguir os conceitos media sociais e *sites* de redes sociais, termos que a literatura ao longo dos anos tem vindo a considerar iguais.

Quando se fala de medias sociais está-se a referir a um meio que utiliza as tecnologias móveis, baseadas na *web* para criar plataformas interativas, de modo a possibilitar os utilizadores a partilharem, criarem, discutirem e modificarem o conteúdo que é produzido pelos usuários (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011). Como por exemplo Wikipédia, os *blogs*, e os *slideshare* (Kaplan & Haenlein, 2010).

Por outro lado, os *sites* de rede social (SRS) são aplicativos que possibilitam aos seus utilizadores criarem perfis públicos ou semipúblicos individuais, que serão partilhados com amigos existentes ou outras pessoas que venham a conhecer, permitindo

a interação com base em interesses comuns (Griffiths, Kuss & Demetrvics, 2014). Como por exemplo o *Facebook* e os jogos virtuais (Kaplan & Haenlein, 2010).

Resumidamente, os SRS são um tipo de media que permite a manutenção de relacionamentos, contudo existem muitos outros media que não se destinam a esse fim, como é o caso do *site* Wikipédia que permite criar, remover e modificar o conteúdo *online* (Kaplan & Haenlein, 2010).

Deste modo, é fundamental ter em conta a distinção destes dois conceitos aquando efetuadas investigações relativas à adição dos media sociais e à adição das redes sociais, a fim de garantir que estes dois termos não sejam confundidos.

É de salientar, ainda, que segundo Recuero (2007) a rede social é composta por dois elementos, em primeira instância: as pessoas, instituições ou grupos; e em segunda instância, as conexões estabelecidas entre eles, sendo a internet o importante mediador dessa conexão, com o auxílio de uma ferramenta que poderá ser o computador, o *tablet* ou *smartphone*.

O uso das redes sociais é estimulado por diversas motivações. A teoria de usos e gratificações (U&G) aponta para uma serie de motivações nomeadamente a procura e partilha de informações (partilha de informações pessoais, funções sociais e eventos), a manutenção de relacionamentos (contactos constantes com amigos independentemente da sua localização) (Bonds-Raacke & Raacke, 2010), a formação de identidade (criar uma imagem desejada) (Zhao, Gramuck & Martin, 2008), a procura de entretenimento (Basilisco & Jin, 2015), entre outras. No entanto, é de realçar que existem motivações desvantajosas para os utilizadores, como impactos prejudiciais para a saúde e bem-estar, assim como para os relacionamentos (Kuss & Griffiths, 2017).

Segundo Riva, Wiederhold e Cipresso (2016) as redes sociais podem satisfazer algumas necessidades básicas do ser humano, como: segurança, associativa, estimar/avaliar e a auto-realização.

A necessidade de segurança é satisfeita através da possibilidade de o sujeito seleccionar com quem se pretende comunicar, controlar o que os outros publicam e comentam (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

A necessidade associativa é satisfeita através da possibilidade que as redes sociais proporcionam aos sujeitos em comunicar e partilhar ideias com indivíduos com interesses comuns (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

A necessidade de estimar/avaliar é satisfeita uma vez que as redes sociais permitem que os sujeitos se autoavaliem, através da quantidade de utilizadores que os pendem em amizade, ou seja, quantos mais amigos os escolherem mais eles se consideram importantes (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

Por fim, a necessidade de auto-realização é satisfeita, uma vez que estas plataformas virtuais permitem que o sujeito se mostre aos outros, da forma como ele quer, podendo utilizar as suas competências para ajudar os amigos que ele pretenda (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

Partindo desse conjunto de pressupostos os utilizadores dos SRS poderão utilizar este meio a fim de adquirir a possibilidade de apoio social e de auto-expressão (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

Em suma, as redes sociais quando utilizadas de forma responsável apresentam inúmeras vantagens tais como comunicar, melhorar relações interpessoais, realizar negócios, entre outros aspetos. No entanto, quando usados de forma irresponsável pode trazer diversos problemas para os indivíduos (Riva, Wiederhold & Cipresso, 2016).

2.1. Evolução das redes sociais

A era das redes sociais começou em 1997, quando surgiu a *Six Degrees*, construída segundo a ideia de que todos os usuários estão ligados uns aos outros (Body & Elison, 2007).

Após a criação da *Six Degrees*, nos anos seguintes surgiram outras redes sociais nomeadamente a *Fotolog* em 2002; o *Linkedin*, *Couchsurfing*, *Myspace* e *Hi5*, em 2003; o *Flickr*, *Orkut* e o *Facebook* (restrito para alunos de Harvad), em 2004; o *Youtube* em 2005; o *Twitter*, o *Mychurch*, e o *Facebook* (utilizado por todos) em 2006 (Body & Elison, 2007), o *Whatsapp* em 2009 (Lopes & Vas, 2016), o *Instagram* em 2010 (Instagram, 2010), e o *Snapchat* em 2011 (Snapchat, 2013) (Figura 1).

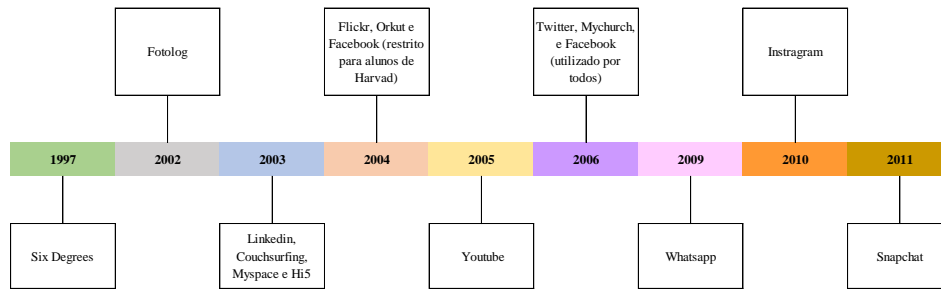


Figura 1 – Cronologia das redes sociais

Cada site de rede social tem as suas funcionalidade e características, e por isso, a finalidade das suas utilizações também varia (Body & Elison, 2007). Os adolescentes e jovens adultos tornaram os *sites* de redes sociais populares, contudo todos os outros grupos etários hoje em dia utilizam habitualmente alguma forma de rede social na internet (Delmonico & Griffin, 2011).

Atualmente, cerca de 2 bilhões dos utilizadores da internet são também usuários das redes sociais e espera-se que este valor aumente conforme a evolução dos dispositivos móveis, sendo que as redes sociais mais populares possuem um maior número de usuários ativos ou uma vigorosa ligação por parte dos seus utilizadores (The Statistics Portal, 2018).

O gráfico 1. apresentado em baixo, apresenta informações relativamente às redes sociais mais populares em todo o mundo, em abril de 2018, tendo por base o número de contas ativas.

O *Facebook* foi a primeira rede social a ter 1 bilhão de contas registadas e atualmente possui cerca de 2,2 bilhões de utilizadores ativos por mês, contudo o *chat* desta plataforma (Facebook Messenger), detém apenas 1,3 bilhões comparando com a rede social em si. O *Youtube* possui cerca de 1,5 bilhões de utilizadores, e no mesmo patamar, o *Whatsapp* têm 1,5 bilhão de utilizadores. Já no que se refere ao *Instagram* no sexto ranking, esta aplicação obteve mais de 800 milhões de contas ativadas por mês. O *Blog Tumblr* apresentava cerca de 794 milhões de usuários ativos por mês. O *Twitter* cerca de 330 milhões de utilizadores. O *Skype* com cerca de 300 milhões de usuários. O *LinkedIn* com cerca de 260 milhões, e no mesmo patamar, o *Viber* com 260 milhões de usuários. E por fim, o *Snapchat* com cerca de 255 milhões (The Statistics Portal, 2018).

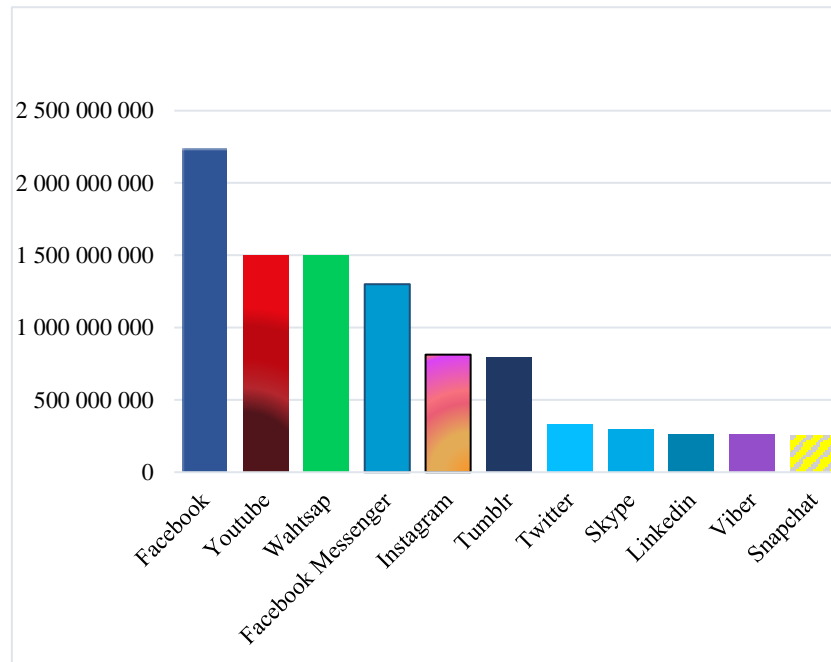


Gráfico 1 – Estatísticas de utilização das redes sociais de 2018

2.2. O caso particular do *Facebook*

A criação do *Facebook* surgiu a 28 de outubro de 2003, quando Mark Zuckerberg, estudante de Harvard e os seus colegas desenvolveram o *Facemash*. Esta iniciativa partiu da publicação de fotografias de alunos dessa faculdade. Ao colocar essas fotografias os autores dessa criação pretendiam que os visitantes desse *website* votassem no aluno mais atraente, tendo uma aderência de 450 visitantes e 20.000 visualizações, apenas nas primeiras quatro horas seguintes. Contudo, passado alguns dias, o *Facemash* foi desativado pelo Conselho de Administração de Harvard, acusando Zuckerberg de invasão de privacidade e de ter violado as regras de segurança informática, ao ter utilizado as fotografias da base de dados da faculdade (Kirkpatrick, 2010).

Em janeiro de 2004, Zuckerberg criou o novo *website Thefacebook*, argumentando que a conceção do *Facemash*, originou a criação do *Thefacebook*. No entanto, desta vez o *Thefacebook* continha todas as regras de segurança e privacidade de Harvard. Neste ano apenas alunos da Universidade de Harvard podiam aceder ao *website* através do *email* da universidade (Kirkpatrick, 2010).

Em 2005, após Parker ter comprado o *Thefacebook*, alterou o seu nome para *Facebook*. Ainda neste ano a empresa *Facebook* permitiu o acesso a mais de 800 redes universitárias, assim como a redes de escolas (Kirkpatrick, 2010).

Posteriormente, em 2006 passaram a poder aceder a esta plataforma mais de 22.000 redes de organizações comerciais e ainda no mesmo ano este *website* foi expandido a todos os sujeitos com idade superior a 13 anos, com endereço de *email* válido (Kirkpatrick, 2010).

Desde 2004, o Facebook tem-se revelado um sucesso, visto que milhões de interações sociais ocorrem por dia nesta rede social (Kirkpatrick, 2010). Atualmente, este *website* possui cerca de 2,234.000.170 utilizadores registados (The Statistic Portal, 2018).

Esta rede social poderá ser acedida a partir de qualquer computador, *tablet* e dispositivos móveis, o que permite aos indivíduos estarem conectados ao site todo o dia (Sherman, 2011).

Em 2014, a empresa *Facebook* comprou o *Whatsapp*, o que permitiu que os números de telefone do *Whatsapp*, passassem a ser vinculados aos perfis do *Facebook* (Barros, 2014). Para além disso, o *Facebook* possui ainda o seu próprio sistema de mensagens, o *Facebook Messenger*, que funciona como uma aplicação separada da aplicação *Facebook* (Kuss & Griffiths, 2017).

Pode-se concluir que o *Facebook* se tem revelado uma rede social em constante evolução, que estimula e move toda a sociedade mundial, diminuindo distâncias ao nível pessoal e empresarial. Nos dias de hoje, o *Facebook* é um instrumento de comunicação, de transmissão de informação, uma ferramenta essencial de *marketing* e de comércio entre os indivíduos que o utilizam.

2.2.1. Benefícios e consequências da utilização do *Facebook*

No decorrer da análise à literatura foi possível constatar que devido à popularidade do *Facebook* existem já diversos investigadores que se têm debruçados em estudar os benefícios e as consequências do seu uso.

A utilização do *Facebook* é benéfica para os seus utilizadores, uma vez que apoia os relacionamentos e mantém as pessoas em contacto. Muitas das vezes, o mundo *offline* deixa de ser o mesmo, o que impossibilita os sujeitos do contato real entre amigos, familiares e conhecidos. Esta rede social permite ainda apoiar diversas populações tais como investigadores, profissionais, membros de comunidade, funcionários de empresas ou outros (Elison, Steinfield & Lampe, 2007; Tosun, 2012).

Além das vantagens apresentadas anteriormente, o *Facebook* é ainda utilizado para fins de entretenimento, relaxante/diversão, passatempo, expressão de emoções, comunicação virtual, escapismo, companheirismo, procura/partilha de informação, progresso profissional, interação social e aumento da rede social (Smock, Elison, Lampe & Wohn, 2011).

Por outro lado, a utilização do *Facebook* é também considerada problemática, já que possibilita aos seus utilizadores facultarem informações pessoais, não salvaguardando a sua privacidade (Gross & Acquisti, 2005; Stutzman, 2006).

Quando a utilização deste meio virtual se torna excessiva, poderá vir a manifestar-se aditiva, acarretando características semelhantes a outras adições (Andreassen, Torsheim, Brunborg & Pallesen, 2012).

A utilização das redes sociais influencia também o bem-estar e a autoestima dos seus utilizadores. Tem-se constatado que o *feedback* dos amigos tem um importante efeito sobre a autoestima dos utilizadores, ou seja, quando o *feedback* é positivo a autoestima aumenta e quando o *feedback* é negativo a autoestima diminui (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006).

É ainda de realçar, que o tempo gasto excessivamente no *Facebook* poderá provocar sentimentos de solidão e depressão, devido à falta de interação *face-a-face* com indivíduos da vida real (Tang & Livingston, 2012).

Por fim, existem também indicações de que a utilização do *Facebook* poderá prejudicar o desempenho académico dos seus utilizadores, visto que estes muitas das vezes usam este meio para fins de procrastinação e acabam por se distrair e não conseguir gerir o tempo (Kirschner & Karpinski, 2010).

3. Adições comportamentais

Nos dias de hoje, existem ainda muitas pessoas, assim como a própria literatura, que associam o termo adição à ingestão de drogas. No entanto, há já autores que incluem nas suas definições outros tipos de comportamentos como prováveis adições (Young, Yue & Ying, 2011).

Quando falamos de adição esta relaciona-se com um comportamento motivado e disfuncional do indivíduo. Em termos gerais, a adição é vista como um envolvimento

comportamental compulsivo com reduzido controlo do seu comportamento, estado de ansiedade e/ou motivação (Volkow & Li, 2004).

Atualmente, a adição é definida como uma necessidade em recorrer constantemente a determinadas atividades, não tendo em conta as consequências negativas que estas poderão provocar a nível do bem-estar físico, social, espiritual, mental e financeiro do indivíduo. O sujeito em vez de enfrentar os obstáculos recorre a determinadas atividades ou substância (Young, Yue & Ying, 2011).

A adição, na maioria das vezes, manifesta-se através de sintomas físicos e psicológicos. Os sintomas físicos ocorrem quando o corpo de um sujeito já desenvolveu a dependência de uma determinada substância (Young, Yue & Ying, 2011).

A adição psicológica é notória quando são visíveis sintomas de abstinência, particularmente depressão, insónias e irritabilidade (Young, Yue & Ying, 2011). Os sintomas de abstinência normalmente estão presentes quer no vício de substâncias quer no vício comportamental (Young, Yue & Ying, 2011).

O comportamento adictivo é, portanto, “um padrão de hábitos repetitivos que aumenta o risco de doenças e/ou de problemas pessoais e sociais associados” (Marlatt, Baer, Donovan & Kivlahan, 1988, p.224). Muitas das vezes os indivíduos que apresentam comportamentos adictivos perdem o controlo e continuam a realizar determinado comportamento, apesar das tentativas em deixar de realizar o comportamento ou diminuir a frequência do seu ato. Esses padrões de hábitos apresentam gratificações imediatas (recompensas de curto prazo), que por sua vez originam prejuízos a longo prazo (custos de longo prazo) (Marlatt, Baer, Donovan & Kivlahan, 1988).

Normalmente, as tentativas em deixar de realizar um comportamento de dependência (quer através de tratamento ou por vontade própria) apresentam altas taxas de recaída (Marlatt, Baer, Donovan & Kivlahan, 1988).

Segundo Griffiths, (1999a) existem diversos fatores que influenciam a presença de adição, nomeadamente os fatores biológicos e/ou genéticos, a constituição psicológica (fatores de personalidade, motivações inconscientes, atitudes, expetativas e crenças), o meio social em que o indivíduo está inserido, bem como a natureza da atividade em si.

Atualmente, as adições comportamentais começam aos poucos a ser reconhecidas como uma categoria válida de transtorno psiquiátrico, como é notório na classificação do

DSM-5 com integração do jogo patológico na categoria de perturbações relacionadas com substâncias e perturbações aditivas (DSM-5) (Robbins & Clark, 2015).

Contudo, inúmeros investigadores têm-se debruçado em propor outras adições que consideram como adições comportamentais, nomeadamente a adição ao exercício físico (Griffiths, 1997), a adição ao telemóvel (Choliz, 2010), a adição aos jogos de vídeo (Fisher, 1994), a adição ao sexo por internet (Griffiths, 2012a), a adição às compras (Clark & Calleja, 2008), a adição à internet (Young, 1996a), a adição às redes sociais (Andreassen & Pallesen, 2014) e a adição ao Facebook (Alzougool, 2018).

No entanto, apesar de todo um conjunto de pesquisas existentes, com o objetivo de propor um novo grupo de desordens, ainda não existem evidências empíricas suficientes para considerar esses distúrbios como partes de um grupo abrangente e único (Demetrovics & Griffiths, 2012).

O facto de o jogo patológico ter sido inserido na secção do DSM-5 “Perturbações Relacionadas com Substâncias e Perturbações Aditivas” trouxe consigo o reconhecimento de possíveis semelhanças entre essas condições. Existem, ainda, outros distúrbios que deveriam ser incluídos na mesma secção, no entanto estes estão dispersos por outras secções do DSM-5, como é o caso da “Perturbação disruptiva do controle dos impulsos e do comportamento”, da “Perturbação obsessivo-compulsiva e perturbações relacionadas” e da “Perturbação da alimentação e da ingestão”. As secções apresentadas anteriormente abordam não exclusivamente os jogos de apostas, mas também a prática repetitiva de jogos de vídeo, o exercício físico excessivo, a automutilação, as compras, o bronzamento, a cleptomania e o uso de computadores e da internet que incluem diferentes tarefas, em particular a pornografia e os jogos de apostas (Robbins & Clark, 2015).

Nas adições comportamentais e de substâncias a origem, a história natural, a fenomenologia, a tolerância, a comorbilidades, a contribuição genética, os mecanismos neurobiológicos e as respostas ao tratamento manifestam semelhanças (Grant, Potenza, Weinstein & Gorelick, 2010).

Ou seja, quer as adições comportamentais, quer as adições de substâncias iniciam-se na adolescência ou idade do jovem adulto e apresentam taxas mais elevadas de adição do que os adultos mais velhos (Chambers & Potenza, 2003; Koob, Kandel & Volkow, 2008).

Ambas são adições que demoram algum tempo a ser tratadas e que podem ocorrer de forma repetitiva, contudo existem exceções, visto que há indivíduos que recuperam sozinhos e sem um tratamento formal (Slutske, 2006).

A fenomenologia da adição comportamental e da adição de substância é também semelhante, visto que os sujeitos com adição comportamental muitas das vezes mencionam ter desejo de iniciar um determinado comportamento/consumo antes do seu início (Grant, Potenza, Weinstein & Gorelick, 2010).

Quando falamos em comportamentos de adição é importante, também, falarmos sobre as adaptações neuronais fundamentais que sucedem após uma exposição a uma recompensa “natural” e, subseqüentemente, com a exposição repetitiva poderá originar uma disfunção do circuito neuronal que define o fenótipo da adição (Luscher & Malenka, 2011).

Ainda relativamente aos processos e adaptações neuronais, a literatura indica múltiplos sistemas de neurotransmissores envolvidos na adição comportamental, como é o caso de neurotransmissores serotoninérgicos, dopaminérgicos, noradrenérgicos e opioidérgicos. O caso em particular da serotonina (5-HT) encontra-se relacionado com a inibição do comportamento, e por sua vez, no caso da dopamina esta envolve-se na aprendizagem, motivação e saliência de estímulos, incluindo recompensas, que podem contribuir significativamente para a adição comportamental (Grant, Potenza, Weinstein & Gorelick, 2010).

Por fim, atualmente, existem diversas investigações relativamente à utilização das novas tecnologias, devido ao seu uso excessivo que poderá levar à sua adição.

Turel e Serenko (2012) definem a adição às tecnologias como um estado psicológico desaptativo de dependência relativamente à utilização dos sistemas de informação que se expõe através de um padrão obsessivo de comportamentos de procura dos sistemas de informação e da sua utilização, não realizando outras atividades importantes e ultrapassando o funcionamento normal (aparecimento de diversos sintomas idênticos aos das adições comportamentais).

Segundo Griffiths (1995) a adição tecnológica é descrita como uma adição não química, ou seja, comportamental, que envolve o ser humano em interação com a máquina. O mesmo autor distingue duas formas de utilização dos meios tecnológicos: uso

passivo (por exemplo televisão) e uso ativo (por exemplo, jogos de computador), tendo sempre que envolver características que possam originar tendências aditivas. Possíveis atividades podem ser inseridas na categoria de adição, nomeadamente a adição à televisão, adição ao computador (uso da internet), adição a jogos, entre outros.

Em suma, as adições tecnológicas têm vindo a preocupar os psicólogos clínicos e nesse sentido os mesmos, através dos seus estudos de caso, têm procurado encontrar técnicas para intervir, prevenir e tratar as adições tecnológicas (Griffiths, 1995).

3.1. Modelo de componentes de adição numa estrutura biopsicossocial

A adição é um comportamento composto por muitos aspetos e é influenciado por diversos fatores contextuais do indivíduo, o que por si só não permite ser explicado por uma única perspetiva teórica (Griffiths, 2005).

O modelo de componentes de adição de Griffiths (2005) refere que as adições são uma parte constituinte dos processos biopsicossociais e a cada dia que passa há mais certeza de que todos os tipos de comportamentos excessivos têm características idênticas. E que essas características podem ter implicações no tratamento e na forma como esses comportamentos são descobertos.

A abordagem biopsicossocial é um modelo integrativo e que aborda a adição comportamental como sendo desordens complexas que envolvem a interação de fatores biológicos (predisposições genéticas, os efeitos resultantes da dependência no cérebro), psicológicos (fatores emocionais, comportamentais e cognitivos) e socioculturais (influências da família, amigos e cultura mais ampla) (Donovan & Marlatt, 2005).

Assim sendo, Griffiths (1996) e Brown (1993), argumentam que todos os tipos de adição são compostos por 6 componentes comuns: a saliência, a modificação do humor, a tolerância, os sintomas de abstinência, o conflito e a recaída.

De salientar, apenas, que de acordo com Griffiths (2002), para ser considerado um comportamento de adição o indivíduo tem que possuir todos os componentes que serão apresentados.

3.1.1. Principais componentes da adição comportamental

3.1.1.1. Saliência

Surge quando o comportamento adictivo se torna o mais importante na vida do indivíduo, dominando o seu pensamento (preocupações e distorção cognitiva), os sentimentos (desejo) e comportamentos (deterioração do comportamento em sociedade) (Griffiths, 2005). Os utilizadores muitas das vezes não estão a executar a atividade/comportamento adictivo, contudo são incapazes de deixar de pensar nas redes sociais (Griffiths, 2005) passando o tempo a imaginar situações passadas ou futuras, acabando por permitir que estas plataformas virtuais se tornem fundamentais na sua vida (Brown, 1993).

3.1.1.2. Modificação de humor

A atividade aditiva relaciona-se com o efeito da componente emocional, pois a execução do comportamento adictivo melhora o humor do indivíduo parcialmente ou por completo (Brown, 1993), como por exemplo é comum existirem sentimentos de relaxamento, de fuga ou de adormecimento, no fundo trata-se de estratégias de enfrentamento (Griffiths, 2005).

A maioria dos adictos utilizam substâncias e comportamentos de maneira a alterarem o seu estado de humor, como estratégia de “automedicação” e de se sentirem melhor ao longo do processo. Estas experiências de modificação de humor são também vividas em comportamentos de adição como por exemplo na adição ao jogo (Griffiths, 2005).

3.1.1.3. Tolerância

A tolerância surge quando os indivíduos começam a apresentar uma necessidade crescente de aumentar a quantidade do comportamento adictivo realizado, de forma a adquirir os mesmos efeitos anteriormente sentidos e põem de parte as atividades diárias realizadas anteriormente (Griffiths, 2005).

Por exemplo, relativamente ao vício do jogo, a tolerância obriga os jogadores a fazer apostas maiores para obterem o mesmo efeito no humor que inicialmente obtinham em apostas pequenas. O que leva, também, a que os jogadores passem mais tempo a jogar (Griffiths, 2005).

3.1.1.4. Sintomas de abstinência

Revelam-se quando um indivíduo deixa de realizar a atividade aditiva ou a reduz de forma inesperada, experienciando sentimentos desagradáveis e/ou efeitos físicos (Griffiths, 2005).

Estes sintomas podem ser psicológicos tais como o mau humor extremo, irritabilidade ou mais físicos nomeadamente náuseas, suores, dores de cabeça, insónias e outras reações relativas ao stress (Griffiths, 2005).

Existem fortes evidências de que as adições comportamentais como, por exemplo, os jogos patológicos possuem igualmente sintomas de abstinência (Griffiths, 2004).

3.1.1.5. Conflito

Este componente está relacionado com o conflito interpessoal (conflito do adicto com os amigos e parentes) e/ou com o conflito intrapsíquico (conflito do indivíduo consigo próprio) perante o comportamento dependente (Griffiths, 2005).

A necessidade de prazer e alívio no presente, não permitem que os indivíduos pensem nas consequências que essa adição poderá ter no futuro, perdendo assim o controlo do seu uso (Griffiths, 2005).

O conflito quando existe na vida do indivíduo adicto compromete os seus relacionamentos pessoais (amigos, familiares entre outros), profissionais ou educacionais, e outras atividades sociais que o indivíduo esteja envolvido (Griffiths, 2005).

O conflito intrapsíquico é de igual forma sentido pelo adicto, visto que num determinado momento o indivíduo sente que está envolvido na atividade excessivamente, querendo parar ou reduzir o tempo de realização, contudo sente-se incapaz de o fazer, percebendo que não se consegue autocontrolar (Griffiths, 2005).

3.1.1.6. Recaída

A recaída consiste na tendência de voltar a experienciar os comportamentos adictivos da atividade dependente. Por exemplo, os fumadores que deixam de fumar durante um período de tempo têm tendência a voltar ao consumo anterior depois de alguns cigarros (Griffiths, 2002).

Estas recaídas são comuns entre todos os adictos inclusive os jogadores patológicos (Griffiths, 2002).

4. Adição à internet

Nas últimas duas décadas foi possível assistir a um progresso e a um maior acesso às TIC, que por sua vez originaram um aumento significativo da utilização da internet e das suas atividades (Lortie & Guitton, 2013). O crescimento do seu uso está diretamente relacionado com a utilização excessiva da internet (Lortie & Guitton, 2013). E a população mais jovem é a faixa etária que mais utiliza as funcionalidades deste meio (redes sociais ou outros conteúdos) como um modo de viver (Medenica, Racic & Joksimovic, 2015).

O psiquiatra Ivan Golberg, em 1995, apresentou o conceito Transtorno de Adição à Internet (Body, 2014). Nos anos seguintes surgiram novos estudos com objetivo de analisar diversos aspetos do distúrbio, nomeadamente definir a adição à internet, examinar os padrões de comportamento que distinguem o uso compulsivo do uso normal e os respetivos critérios de diagnóstico, entre outros aspetos (Young, Yue & Ying, 2011).

A adição à internet é definida como uma utilização excessiva e uma falha no controlo do seu uso, que prejudica seriamente a vida do sujeito adicto (Morahan-Martin & Schumacher, 2000).

Já Beard e Wolf (2001), definem-na como o uso extremo que faz com que o sujeito tenha dificuldades na sua vida doméstica, social, profissional, educacional e/ou psicológica.

Além dessas definições, Young (2007) vê a adição à internet como um distúrbio novo e, geralmente, não reconhecido, que pode afetar o uso *online* de um utilizador e a sua capacidade de se controlar, pois pode provocar problemas comunicacionais, vocacionais e sociais.

Por fim, Çam e Isbulan (2012) definiram adição à internet como uma excessiva preocupação mental em relação ao seu uso, acompanhada por pensamentos repetitivos de autocontrolo e autolimitação, bem como uma falha em impedir o desejo de acesso à internet. Os indivíduos adictos continuam a gastar quantidades elevadas de tempo *online*,

assim como mantêm o desejo de aceder à internet mesmo quando não tem possibilidade (Çam & Isbulan, 2012).

Muitos indivíduos optam por comunicar através da internet devido a um conjunto de vantagens que constituem o ciberespaço. Assim sendo, este meio permite aos seus utilizadores o anonimato, a privacidade, a comunicação síncrona ou assíncrona, bem como a possibilidade de o indivíduo ser mais desinibido do que o normal e experimentar diferentes identidades. Para além disso, este meio proporciona ainda aos sujeitos comunicarem de diferentes formas, nomeadamente por texto, voz ou videoconferência (Barak & Suler, 2008).

Segundo Griffiths (1995) a adição à internet está inserida entre as adições comportamentais envolvendo uma interação entre o indivíduo e o computador. Assim sendo, apresenta características como a modificação de humor, tolerância, saliência, sintomas de abstinência, conflito e recaída (componentes da adição comportamental já referidas anteriormente). Estas componentes de adição comportamental revelam-se ser uma das estruturas mais atualizadas para compreender a adição à internet como uma dependência do sujeito adicto (Griffiths, Pontes & Kuss, 2015).

Young (1999), argumenta que a adição à internet é composta por uma diversidade de comportamentos e problemas do controle dos impulsos. O mesmo autor, tendo em conta as diversas atividades realizadas na internet apresenta cinco subtipos de adição: vícios sexuais cibernéticos, viciados em relacionamentos cibernéticos, compulsões pela internet, sobrecarga de informações e dependência de computadores. Anos mais tarde Young, (2009) vem estabelecer uma nova categorização, apresentando três subtipos: jogos excessivos, preocupações sexuais *online* e *e-mails*/ mensagens de texto.

No entanto, Griffiths (1999b) crítica Young (1999) por ter efetuado essa subdivisão da adição à internet, argumentando que muitas das vezes os utilizadores excessivos da internet não são viciados neste meio, mas sim utilizam-no como forma de alimentar os seus vícios como é o caso de jogadores de apostas.

Não se sabe ao certo, se os indivíduos se tornam adictos da internet devido ao seu conteúdo ou à plataforma em si (Griffiths, 1999c). Segundo Griffiths, Kuss e Demetrovics (2014) os indivíduos tornam-se adictos da internet, devido às várias funcionalidades que a mesma lhes permite utilizar.

Por outro lado, existem outros estudos que apontam para a existência de indivíduos adictos da internet em si, ou seja, que realizam atividades na internet que não poderiam ser realizadas noutra lugar como por exemplo conversas em salas de chat (Young, 1996b).

Uma vez que a internet possui diversos tipos de funcionalidades, Young (1996a) no seu estudo procurou identificar um conjunto de funções que são mais utilizadas por adictos e não adictos.

Young (1996a) constatou que os indivíduos não adictos utilizam a internet, no sentido de reunir informação (por exemplo, protocolos de informação e a *World Wide Web*) e *e-mail*. Em contrapartida, os indivíduos adictos usam a internet mais no sentido comunicacional (por exemplo salas de conversa, grupos de notícias ou *e-mail*) (Young, 1996a).

Para além disso, o mesmo autor verificou que os indivíduos não adictos não possuem nenhum efeito adverso relativamente à utilização da internet, exceto o mau controlo do tempo, visto que perdem mais facilmente a noção do tempo quando estão *online* (Young, 1996a).

Já os indivíduos adictos referem que a utilização excessiva da internet lhes causa problemas académicos, familiares, relacionais, profissionais, ocupacionais e financeiros. Apesar do tempo de utilização não estar diretamente relacionado com o diagnóstico de adição à internet, foi possível constatar que normalmente os adictos utilizam este meio de forma excessiva, acabando por gastar 20 a 80 horas por semana. O que leva a interrupções nos padrões de sono, devido aos constantes acessos à internet durante a noite, estabelecendo navegações que perduram até tarde (2h; 3h; 4h da manhã), apesar de terem obrigações cedo no dia seguinte (trabalho, escola entre outros). Em casos extremos os indivíduos dependentes utilizam a cafeína, de modo a permanecer mais tempo na Internet (Young, 1996a).

Davis (2001) utilizou o termo uso patológico da internet (PIU) para se referir ao uso excessivo da internet, definiu dois tipos de PIU: o específico e o generalizado.

O termo uso patológico específico da Internet é utilizado quando um indivíduo usa patologicamente a internet para um fim específico, nomeadamente leilões *online*, pornografia *online*, serviços de negociação de ação *online*, jogos de apostas *online*, entre

outros. Assim sendo, a PIU específica está apenas relacionada com um aspeto da internet e independente de outras diversas funcionalidades. Além disso, como é possível denotar, perante o conjunto específico de atividades expressas anteriormente, essas não são necessariamente funcionalidades únicas da internet, visto que todos esses aspetos existiriam sem a mesma (Davis, 2001).

Portanto, parte-se do pressuposto que a psicopatologia já estava presente e que a internet veio facilitar ao indivíduo o desempenho da atividade patológica. Por exemplo, um indivíduo que é um jogador compulsivo por um determinado jogo ao perceber que esse jogo se encontra na internet provavelmente irá apresentar a PIU específica (Davis, 2001).

Já a expressão uso patológico generalizado da internet, diz respeito a um uso excessivo de um conjunto mais global de comportamentos, em particular salas de conversa *online* e dependência de email. Este tipo de PIU parece estar relacionado com aspetos sociais da internet, visto que indivíduos que têm necessidade de contato social e obtêm esse reforço *online* têm tendência a manifestar o desejo em continuar a estabelecer contatos sociais virtuais. Assim sendo, a falta de apoio social por parte da família ou de amigos e/ ou o isolamento social originam o uso patológico da internet generalizada (Davis, 2001).

A PIU generalizada é descrita como uma perda excessiva de tempo *online*, sem qualquer objetivo evidente. Indivíduos com este tipo de PIU poderão passar imenso tempo durante o dia a verificar a sua conta de email ou a responder aos seus contactos virtuais. Além disso, estes indivíduos usam a internet, de modo a adiar as suas responsabilidades, resultando em problemas sociais, uma vez que as responsabilidades da vida real são adiadas e a pressão aumenta. Por fim, a PIU generalizada é considerada a mais problemática, visto que se a internet não existisse os indivíduos não a desenvolveriam. Apesar de poderem ter presente uma psicopatologia anterior, propensão em desenvolver cognições mal adaptativas e isolamento social não haveria forma de manifestar essa angústia (Davis, 2001).

Muitas das vezes os sujeitos utilizam a internet como forma de enfrentar dificuldades emocionais e sociais. Quando a internet é utilizada de forma excessiva, com o objetivo de lidar com situações afetivas negativas (por exemplo: a ansiedades e a depressão) e situações sociais precárias (por exemplo: falta de apoio social e de

comportamentos de promoção de saúde), os sujeitos acabam por se refugiar nas atividades *online*, a fim de afastar sentimentos negativos, o que por sua vez provavelmente irá levar à adição da internet (Mcnicol & Thorsteinsson, 2017).

Por outro lado, pode também ser utilizada com a finalidade de alargar as redes sociais, ou seja, aumentar a probabilidade de estabelecer relações significativas, desenvolver autoconfiança, habilidades sociais e adquirirem apoio social (Campbell, Cumming & Hughs, 2006).

Estudos transversais realizados com pacientes apontam para a existência de uma alta probabilidade de se manifestarem um ou mais transtornos psiquiátricos ao mesmo tempo, quando ocorre a adição à internet (comorbidade). Esses transtornos poderão ser os transtornos afetivos, transtornos de ansiedade (incluindo transtorno de ansiedade generalizada, transtorno de ansiedade social) e Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH) (Weinstein & Lejoyeux, 2010).

A internet é um meio favorável para a sociedade, no sentido de facilitar o dia-à-dia dos indivíduos, contudo este meio quando utilizado de forma excessiva acarreta consigo também consequências negativas, nomeadamente sinais comportamentais, psicológicos e manifestações fisiológicas (Turel, He, Xue, Xiao & Bechara, 2014).

As manifestações fisiológicas, são observadas através da alteração da liberação de dopamina no nucleus accumbens (Mitchell, 2000). De acordo com o estudo realizado por Hou, Jia, Hu, Fan, Sun e Zhang (2012), existem evidências de que a adição à internet poderá levar a perdas significativas do transportador de dopamina cerebral no estriado, o que por sua vez poderá provocar uma disfunção nos sistemas dopaminérgicos do cérebro. Foram, também, detetadas alterações estruturais e funcionais no cérebro em indivíduos adictos da internet em comparação com indivíduos não adictos (Hou, Jin, Hu, Fan, Sun & Zhang., 2012)

Portanto é possível afirmar que a adição à internet poderá partilhar anormalidades neurobiológicas idênticas a outros transtornos adictivos (Hou, Jin, Hu, Fan, Sun & Zhang, 2012).

Suler (1999), apresenta alguns fatores com o objetivo de demonstrar as qualidades saudáveis e patológicas da internet, assim como o efeito da internet perante as necessidades dos indivíduos:

- Número e tipos de necessidades que a internet satisfaz: É fundamental ter em conta o número e o tipo de necessidades (fisiológica, intrapessoal, interpessoal e espiritual) que o ciberespaço satisfaz. Quanto mais necessidades a internet satisfizer mais ela se torna dominadora.

- Grau de privação: É preciso ter em conta as necessidades que são negadas ao indivíduo, visto que quando estas são negligenciadas o sujeito tem tendência a procurar um lugar onde as possa satisfazer, e sem dúvida a internet é um espaço onde se pode realizar inúmeras atividades, que de certo modo podem cativar a atenção do sujeito. Essencialmente as atividades que estão envolvidas no jogo e na socialização poderão chamar em muito a atenção dos indivíduos.

- Tipo de atividades na internet: Na internet podem ser realizadas diversas atividades, com o objetivo de concretizar diferentes fins (sociais / não sociais). Assim sendo, os diversos tipos de atividades que a internet dispõe, influenciam de forma distinta as necessidades de cada um. Quando um tipo de atividade satisfaz um conjunto de necessidades esta torna-se mais cativante para o utilizador.

- Efeito da atividade da internet no funcionamento pessoal: É importante ter em conta os efeitos que a internet tem perante o funcionamento pessoal (saúde e higiene, sucesso no trabalho, cumprimento de compromissos com colegas, amigos e familiares, entre outros). É possível verificar a profundidade da patologia através da quantidade afetada de domínios na vida pessoal dos seus utilizadores.

- Sentimentos de angústia: O aumento dos sentimentos de depressão, frustração, desilusão, culpa e raiva podem ser também um importante marco de alerta relativamente a uma possível presença do uso patológico da internet. Muitas das vezes esses sentimentos surgem das atividades realizadas na internet, que acabam por aumentar as necessidades dos seus utilizadores.

-Consciência das necessidades: Quando os sujeitos se encontram conscientes das suas motivações, detetam mais facilmente os motivos que os levam ao uso compulsivo da internet.

- Experiência e a fase de participação: O ciberespaço poderá se tornar viciante para os novos utilizadores, devido a um conjunto de oportunidades que este meio oferece. Contudo essa “fase viciante”, muitas das vezes diminuí, uma vez que a internet deixa de

ser novidade e o indivíduo começa a verificar o acumular dos seus deveres no mundo “real”. Para além disso, a internet muitas das vezes não satisfaz as necessidades dos sujeitos, o que os leva de regresso ao mundo real. Por outro lado, pessoas que são experientes no ciberespaço conseguem detetar os fatores que as atraem a situações intensamente emocionais, que se traduzem em viciantes, o que os ajuda a não entrar numa fase de utilização patológica.

- Equilíbrio e a integração da vida no mundo “real” e no ciberespaço: É considerada uma utilização equilibrada da internet, quando os sujeitos utilizam este meio como forma de complementar a vida “real”. Ou seja, os indivíduos encontram-se pessoalmente com as amizades estabelecidas na internet, estabelecem contacto no ciberespaço com amigos do mundo “real” e falam abertamente com a família e com os amigos relativamente ao mundo “virtual”. Já a utilização patológica da internet manifesta-se quando o utilizador se isola completamente do mundo “real” e recusa interferências do mundo “real” no mundo *online*.

Estudos realizados constataram que a prevalência da adição à internet varia conforme as diferentes metodologias e a falta de consenso no diagnóstico, assim como a contribuição das diferenças regionais/culturais (Durkee et al., 2012).

Investigações nos Estados Unidos e em países europeus apontam para uma taxa de prevalência de adição à internet entre 1,5% e 8,2%. A incidência da utilização problemática da Internet numa amostra de 11.356 adolescentes de 11 países europeus deparou-se com uma prevalência de 4,4%, maior em homens que preferiam os jogos *online* do que mulheres que preferiam as redes sociais (Durkee et al., 2012).

Siomos, Dafouli, Braimiotis, Mouzas e Angelopoulos (2008) na Grécia, encontraram 8,2% de adolescentes adictos à internet, enquanto Bakken, Wenzel, Gotestam, Johansson & Oren (2009), na Noruega, constataram uma prevalência de adictos de 1 % ao longo da vida, com 3% a 4% de prevalência em homens jovens.

Um estudo realizado na Alemanha verificou uma prevalência de 1,5% a 3,5% de adictos à internet em adolescentes (Peukert, Sieslack, Barth & Batra, 2010).

Em suma, apesar de a adição à internet ter sido já considerada como um problema de saúde pública, com diversas problemáticas na vida dos indivíduos, semelhantes ao

transtorno do jogo (inserido no DSM-5) (Othman & Lee, 2017) ainda não se encontra inserida no DSM-5.

4.1. Critérios de diagnóstico da adição da Internet

Nos últimos anos, a utilização da internet tem vindo a aumentar, o que por sua vez tem preocupado diversos investigadores que observam esta utilização excessiva como nociva para o ser humano. Contudo, esta é uma problemática difícil de detetar e diagnosticar, já que se tornou uma atividade comum para os indivíduos e uma ferramenta de trabalho (Young, 1998).

Segundo Young, (2009) o melhor método para diagnosticar o uso compulsivo da internet é compará-lo com os critérios de outras adições já existentes.

Atualmente, existem diversos investigadores que construíram critério com base em adições já existentes e cientificamente provadas (e. Young, 1996a; Beard & Wolf, 2001).

Young (1996a), propôs e apresentou à *American Psychological Association* (APA) um conjunto de critérios que permitissem distinguir os utilizadores não adictos de adictos, com o objetivo de facilitar o tratamento clínico e futuras investigações. Tendo por base os critérios do jogo patológico presentes no Manual Diagnóstico e Estatística de Perturbações Mentais Quarta Edição (DSM-4) selecionou oito dos dez critérios e construiu o *Internet Addiction Diagnostic Questionnaire* (IADQ):

1. “Sente-se preocupado com a internet (pensa sobre atividade *online* já realizadas ou antecipa as próximas seções *online*)?”
2. Sente necessidade de passar cada vez mais tempo na internet, de modo a atingir a satisfação desejada?
3. Alguma vez fez repetidamente esforços para controlar, diminuir ou parar o uso da internet?
4. Sente-se incomodado, mal-humorado, depressivo ou irritado quando tenta diminuir ou parar o uso da internet?
5. Costuma passar mais tempo do que o pretendido na internet?

6. Algumas vez pôs em risco uma relação significativa, o trabalho, a educação ou uma oportunidade de carreira por causa da internet?
7. Alguma vez mentiu a familiares, terapeutas ou outros de modo a esconder o seu envolvimento com a internet?
8. Usa a internet como modo de fugir dos problemas ou de aliviar um humor disfórico (sentimentos de desamparo, culpa, ansiedade, depressão)?” (Young, 1996a, p.2)

Este instrumento foi desenvolvido com o principal objetivo de avaliar a utilização não essencial da internet, ou seja, uma utilização não relacionada com tarefas de trabalho ou estudo (Young, 1996a). Para além disso, permite ainda avaliar características associadas, nomeadamente o uso habitual excessivo da internet, o isolamento social, os segredos relativos às atividades virtuais e o desleixo nas obrigações ou responsabilidades (Young, 1996a).

Neste questionário (IADQ), indivíduos que cumpram cinco ou mais das oito perguntas durante um período de 6 meses, são considerados adictos da internet. Em contrapartida, sujeitos que obedeçam a menos de 5 questões não podem ser considerados adictos (Young, 1996a).

Contudo Young (1996a), argumenta que apesar de o IADQ ser uma medida viável, é ainda fundamental realizar mais estudos, a fim de testar a sua validade de construto e utilidade clínica. O mesmo menciona ainda que é importante ter em conta, que o conceito de internet engloba todos os tipos de atividades realizadas *online*.

Anos mais tarde, Beard e Wolf (2001) verificaram que continuavam a existir dificuldades em identificar algumas situações de adição da internet através da IADQ, para tal, os referidos autores alteraram o instrumento. Assim, todas as cinco primeiras questões deste questionário e uma das três últimas devem ser preenchidas para um indivíduo ser considerado adicto da internet.

Estas alterações deveram-se, essencialmente, ao facto de as primeiras cinco questões não afetarem prejudicialmente a vida diária dos indivíduos. E as três últimas, influenciarem negativamente a capacidade dos utilizadores patológicos em lidarem com as situações da vida diária (por exemplo, problemas de depressão e ansiedade) e da

interação social (por exemplo, relacionamento com familiares, amigos e colegas de trabalho) (Beard & Wolf, 2001).

Tao, Huang, Wang, Zhang & Li (2010) desenvolveram também outros critérios de diagnóstico baseados em 8 sintomas presentes em indivíduos adictos da internet.

Para ser efetuado um diagnóstico de adição à internet os dois primeiros critérios devem ser preenchidos, assim como um ou mais dos restantes seis critérios:

1. Preocupação: Pensamentos constantes relativamente às sessões *online* anteriormente realizadas ou antecipação da próxima sessão.
2. Privação: Manifesta um humor disfórico (e.g. ansiedade, irritabilidade e tédio) depois de vários dias sem aceder à internet.
3. Tolerância: aumento acentuado na utilização da internet necessária para alcançar a satisfação.
4. Desejo persistente e / ou tentativas frustradas de controlar, reduzir ou interromper o uso da internet
5. Persistência em continuar a utilizar a internet de forma excessiva, mesmo sabendo que possui problemas físicos ou psicológicos persistentes ou recorrentes que ocorreram ou agravaram devido ao uso da Internet.
6. Perda de interesse por passatempos anteriores e entretenimento à exceção do uso da Internet
7. Utilização da internet como forma de aliviar o humor disfórico (e.g. culpa, ansiedade).
8. Omissão aos familiares, amigos, terapeuta ou outros da quantidade de tempo gasto na internet.

Para ser considerada adição à internet o indivíduo deverá preencher os critérios necessários durante mais de 3 meses, com pelo menos 6 horas diárias de uso da internet (exceto situações de utilização devido a trabalho ou estudo) (Tao, Huang, Wang, Zhang & Li, 2010).

É relevante esclarecer que, apesar de já existirem diversos critérios de diagnósticos relativos a esta temática, ainda não existem critérios de diagnósticos formais

para a avaliar, o que se torna um problema metodológico, visto que os investigadores estão a utilizar critérios modificados do jogo patológico (Winkler, Dorsing, Shen & Glombiewski, 2013). Além disso, apesar de a adição à internet partilhar alguns pontos comuns com as outras adições baseadas em substâncias, ainda não é claro que os seus critérios sejam úteis e adequados para avaliar a adição à internet (Zhou, Lin, Du, Qin, Zao, Xu & Lei, 2011).

Por fim, o desenvolvimento da internet permitiu uma comunicação rápida, fácil e eficiente entre as pessoas, permitindo-lhes aceder a um grande número de dados em qualquer altura, aprender novas informações e conhecimentos, que podem ser trocados com mais indivíduos independentemente de onde eles estejam a viver. Para além disso, a internet também permite aos sujeitos socializarem com outros através dos SRS (Medenica, Racic & Joksimovic, 2015). À semelhança do termo adição à internet, atualmente na literatura já é abordada a temática adição aos *sites* de redes sociais, que será abordada de seguida, mais especificamente a adição ao *Facebook*.

5. Adição ao *Facebook*

Nos últimos anos, as pesquisas empíricas têm demonstrado que os padrões de uso dos SRS aumentaram consideravelmente (Griffiths, 2003), originando o fenómeno de consumo global (Kuss & Griffiths, 2011).

O *Facebook* é a rede social *online*, que na última década tem-se revelado mais popular (Ryan, Chester, Reece & Xenos, 2014), permitindo aos seus utilizadores partilharem fotografias, informações pessoais (Buckman, 2005), visualizar os perfis dos outros, manter e criar novas amizades, realizar comentários nas páginas uns dos outros, fazer parte de grupos virtuais com interesses comuns, conhecer hobbies, gostos musicais e relacionamentos amorosos (Elison, Steinfield & Lampe, 2007), entre outras funcionalidades.

A adição ao *Facebook* tem sido vista como uma potencial adição comportamental emergente das teorias e da pesquisa relativa à adição às redes sociais e à adição à internet (Atroszko, Balcerowska, Bereznowshi, Biernatowska, Pallesen & Schou Andreassen, 2018).

A adição ao *Facebook* é um fenómeno recente, que não possui ainda critérios de diagnóstico (Griffiths, 2012b). Contudo, o uso problemático das redes sociais, em casos extremos, poderá desenvolver sintomas idênticos aos vícios químicos e comportamentais

(Echeburúa & Corral, 2010) tais como a saliência, tolerância, conflito, modificação de humor e recaída e retirada (Griffiths, 2005).

Para alguns indivíduos a utilização dos SRS pode-se tornar imprescindível, originando uma forte preocupação relativa à sua utilização (saliência). Poderão igualmente utilizar as atividades desse meio para alterar o humor e proporcionar sentimentos prazerosos (modificação do humor). Esses sujeitos começam a sentir necessidade de aumentar a quantidade de tempo e energia na utilização dos SRS, a fim de atingir os mesmos sentimentos e estados mentais que vivenciavam no início da sua utilização (tolerância). Quando a utilização destes meios é interrompida, os utilizadores vivenciam sintomas psicológicos e fisiológicos negativos (abstinência), que muitas das vezes origina o comportamento problemático (recaída). Tudo isto, deve-se às consequências do comportamento problemático, levando os sujeitos a vivenciar conflitos intrapsíquicos e interpessoais (Kuss & Griffiths, 2017).

A adição ao *Facebook* é, portanto, uma forma específica de adição à internet (Andreassen, Torsheim, Brunborg & Pallesen, 2012). E é definida como um padrão de utilização excessiva nas atividades do *Facebook* (Elphinston & Noller, 2011), que provoca nos seus utilizadores um estado de dependência psicológica mal-adaptativa, originando prejuízos no funcionamento normal e no bem-estar, bem como sintomas característicos da adição comportamental (Turel & Serenko, 2012).

Segundo Andreassen e Pallesen, (2014) a adição ao *Facebook* é caracterizada como uma utilização excessiva que pode impedir os indivíduos de realizar funções importantes da sua vida, tais como trabalho, escola ou manter uma interação íntima com os familiar e amigos.

A literatura refere que as necessidades em utilizar as redes sociais podem-se revelar num uso compulsivo (Kuss & Griffiths, 2017).

Segundo Nadkardi e Horfmann (2010) a utilização do *Facebook* é motivada por duas necessidades fundamentais, a necessidade de auto-apresentação e a necessidade de pertença. Essas duas necessidades podem atuar de maneira independente e são influenciadas por fatores como o contexto cultural, as variáveis sociodemográficas e os traços de personalidade.

Um outro estudo refere que o número de amigos e as atividades desenvolvidas no *Facebook* foram os principais indicadores da quantidade de tempo gasto no mesmo (Pornsakulvanich, 2017).

Hong, Huang, Lin e Chiu (2014) referem que quanto mais se utiliza e dispensa tempo no *Facebook*, maior é a probabilidade de existir adição. Grande parte das avaliações efetuadas relativamente à utilização do *Facebook* baseiam-se no número de vezes que um sujeito o utiliza por dia e o tempo dispensado. Contudo, são poucos os estudos existentes que classificam os padrões comportamentais específicos da dependência desta rede social.

Alzougool, (2018) no seu estudo constatou que 38,5% dos participantes eram adictos do *Facebook*. A adição ao *Facebook* foi significativamente associada a seis motivos: exibicionismo e companheirismo, entretenimento, escapismo e passatempo, curiosidade social, formação de relacionamentos e manutenção de relacionamentos.

Estatísticas efetuadas com base em utilizadores americanos demonstram que, todos os dias, cerca de 63% dos utilizadores do *Facebook* efetuam *login* no site, enquanto 40% dos utilizadores fazem *login* diversas vezes ao dia (Uddln & Mamun, 2018).

Segundo o estudo de Saied, Elsabagh e El-Afandy (2016), 58% dos estudantes egípcios e 72,6% dos estudantes malaios relataram utilizar diariamente o *Facebook*, com duração de 1 a 2 horas. Ainda no presente estudo, uma percentagem considerável de estudantes tentou reduzir o tempo gasto com o *Facebook* e mais de dois quintos querem reduzir, contudo outros dois quintos mencionam que vão continuar a utilizar o mesmo, não se considerando adictos do *Facebook*. Para além disso, foi ainda notório que o uso excessivo do *Facebook* e da internet está diretamente relacionado com alguns efeitos adversos para a saúde, nomeadamente problemas oculares, dores musculoesqueléticas e outros comportamentos não saudáveis.

Investigadores italianos definiram a adição ao *Facebook* com base em quatro dimensões do comportamento do utilizador: a irritabilidade interpessoal (deterioração da qualidade das relações sociais), o tempo despendido (perda de perceção do tempo e falta de gestão do mesmo), o comprometimento do desempenho social (influência negativa no estudo, trabalho ou nas amizades) e a ansiedade (causada por não poder aceder ao *Facebook*) (Caci, Cardaci, Scrima & Tabacchi, 2017).

Baker, (2009), concluiu que as mulheres utilizam mais os *sites* de redes sociais, para comunicar com os seus colegas, se entreter e passar o tempo. Ao contrário dos homens que usam esses meios para compensação social, aprendizagem e gratificação de identidade social.

Por outro lado, Folgel e Nehmad (2009), constataram na sua investigação que os homens apresentam mais atitudes de risco do que mulheres, uma vez que revelam mais informações pessoais nas redes sociais.

Um outro estudo revela que o entretenimento e a manutenção de relacionamentos, são os dois fatores que mais tempo gasta aos seus utilizadores. Em contrapartida, o passatempo e o entretenimento são aspetos pelos quais é mais utilizada esta plataforma virtual (Smock, Elison, Lampe & Wohn, 2011). Dhana (2013) refere que a interação social e o entretenimento são preditores de adição do *Facebook*.

Turel, He, Xue, Xiao e Bechara (2014), com uma amostra de norte americanos contactou através dos seus resultados que o sexo têm alguma influência sobre a adição ao *Facebook* e frequência geral de uso. Os homens utilizam o *Facebook* com mais frequência do que as mulheres. No entanto, as mulheres apresentam níveis mais elevados de dependência do Facebook em comparação com os homens.

Elison, Steinfield e Lampe, (2007), verificaram que 94% dos alunos universitários que fizeram parte da sua amostra eram utilizadores do *Facebook*. Estes mencionaram gastar entre 10 e 30 minutos, em média, na sua utilização todos os dias. Relatando, ainda, possuir entre 150 e 200 amigos nesta rede social. Foi, também, possível constatar que os participantes deste estudo utilizavam mais o *Facebook* para comunicar com pessoas que conheciam no mundo *offline* (por exemplo amigos e colegas de turma).

Estatísticas realizadas em 2011 indicam que 93% dos utilizadores da internet adultos dos EUA têm conta no *Facebook*, e mais de 50% desses mesmos acedem ao *Facebook* todos os dias (Kagan, 2011 citado por Xu & Tan, 2012). As estatísticas apontam, também, que os utilizadores do *Facebook* despendem um em cada oito minutos no *Facebook* do tempo que estão *online*, bem como setecentos minutos por mês (Kagan, 2011, citado por Xu & Tan, 2012).

Outra estatística revela que 48% dos utilizadores do *Facebook* de 18-34 anos acedem ao mesmo quando acordam, cerca de 28% acedem através dos *smartphones* mesmo antes de sair da cama (Digitalbuzz, 2011, citado por Xu & Tan, 2012).

Thompson e Loughheed (2012) verificaram que 80,24% da sua amostra afirmava que o *Facebook* já fazia parte das suas atividades do quotidiano, sendo que ambos os sexos usavam esta rede social, mas com destaque para o sexo feminino que despende períodos maiores de tempo na mesma, estas apontam gastar 62% do seu tempo no *Facebook*, enquanto os homens indicam 44%.

Os traços de personalidade também têm vindo a revelar-se uma variável associada a alguns aspetos da utilização das redes sociais. A personalidade é um fator fundamental na utilização da internet (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010).

Segundo os resultados obtidos no estudo de Ryan e Xenos, (2011), os utilizadores do *Facebook* têm tendência a ser mais extrovertidos e narcisistas, e menos conscientes e socialmente solitários do que os não utilizadores.

Por outro lado, Correa, Hinsley e Zuniga, (2010), concluíram que pessoas extrovertidas tendem a envolver-se na utilização das redes sociais, no entanto indivíduos com traços de estabilidade emocional e abertura à experiência estão igualmente envolvidos.

De acordo com Ross, Sisic, Arseneault, Simmering & Orr, 2009 os sujeitos com altos níveis de abertura à experiência tendem a ser mais sociáveis no *Facebook*.

Atroszko, Balcerowska, Bereznowski, Biernatowska, Pallesen e Schou Andreassen (2018) identificaram que a adição ao *Facebook* se relacionava com um maior nível de extroversão, narcisismo, solidão, ansiedade social e reduzida autoeficácia geral. Relacionava-se ainda com um baixo bem-estar, mais concretamente com comprometimento da saúde geral, diminuição da qualidade de sono e elevados graus de stress.

Biolcati, Mancini, Pupi e Mugheddu, (2018) ao encontro dos resultados apresentados anteriormente, mencionam que o resultado obtido no seu estudo demonstra que a baixa consciência, a alta extroversão, o alto neuroticíssimo e a solidão (social, familiar e romântica) foram fortes preditores significativos da adição ao *Facebook*. Em contrapartida, o mesmo estudo aponta que a idade, a abertura à experiência e satisfação

com a vida apesar de serem variáveis relacionadas com adição ao *Facebook*, não significam o uso excessivo do mesmo. Os mesmos autores, apontam ainda que a prevalência de indivíduos adultos adictos do *Facebook* varia entre 2 e 10%.

De acordo com o estudo realizado por Félix, (2013) numa amostra de estudantes do ensino superior em Portugal, foi possível verificar que os alunos que utilizam o *Facebook* entre 2 e 3 horas, entre 3 e 4 horas, e mais de 4 horas revelam um nível de adição moderada do *Facebook*. Para além disso, não foram detetadas diferenças estatisticamente significativas nos níveis de adição ao *Facebook* entre pessoas que têm um smartphone e que usam ou não para aceder ao *Facebook*. Contudo, a relação dos estudantes do ensino superior e o *Facebook* não revela, ainda, níveis de adição evidente, mas alguns dados como é o caso do tempo médio diário de utilização do *Facebook* sugerem uma relação de adição.

A utilização dos *smartphones* e *tablets* têm se revelado um meio que contribui para utilização excessiva dos SRS (Kuss & Griffiths, 2017).

Segundo o estudo realizado por Balci e Tiryaki (2015) numa amostra de estudantes adolescentes e jovens adultos turcos, foi possível constatar que o sexo feminino apresenta níveis de adição superiores aos do sexo masculino. Além disso, os alunos que acedem ao *Facebook* através de computador e tablet são mais adictos do que os que acedem somente por computador ou *smartphone*. Os referidos autores verificaram ainda que existe uma relação positiva entre os níveis de adição do *Facebook* e as dimensões do vício do *Facebook*, como a saliência, tolerância, retirada, modificação de humor, recaída e conflito. Apresentando uma relação significativamente mais forte entre a saliência e a tolerância quando comparada com outras dimensões.

Noutro estudo com uma amostra de estudantes malaios entre os 17 e os 48 anos, foi possível denotar que 47% dos participantes eram adictos. Os resultados evidenciaram que quanto maior for o tempo a utilizar o *Facebook* maior é a probabilidade de adição e que a maioria dos indivíduos adictos eram menores de 20 anos. Para além disso, não foi verificada qualquer relação entre a adição e o género, visto que a percentagem de adictos homens era aproximadamente a mesma que as mulheres adictas (Jarfarkarimi, Sim, Saadatdoost & Hee, 2016).

Steggink (2015), no seu estudo com amostra de estudantes holandeses entre os 15-31e mais anos constatou que não existem diferenças significativas entre os objetivos de

uso e a adição. E que o nível de adição é significativamente maior em mulheres do que nos homens.

Numa amostra de adultos turcos, foi possível verificar que 63,7% dos participantes não eram adictos, já os restantes apresentavam algum grau de adição. Constatou-se ainda que a percentagem mais elevada de adição se situava em indivíduos entre os 21 e os 25 anos (26,3%) (Er, Sonmez, Aydin & Er, 2017).

Alzougoll (2018) numa amostra de indivíduos da Jordânia com idades superiores aos 18 anos verificou que não existe uma diferenças estatisticamente significativa entre a adição e o género, a faixa etária, o estado civil, o nível de escolaridade e os dispositivos utilizados para aceder ao *Facebook*. Já no que se refere às horas de utilização, este estudo indica que a percentagem de adictos que passam quatro ou mais horas no *Facebook* é significativamente mais elevada relativamente aos indivíduos que passam duas horas ou menos.

Por fim, todos os comportamentos referidos anteriormente que poderão originar uma possível adição ao *Facebook*, levaram a que Andreassen, Thorsheim, Brunborg e Pallesen (2012) desenvolvessem uma escala psicológica para avaliar a adição ao *Facebook*, designada de *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS). Mais tarde Pontes, Andreassean e Griffiths (2016) validaram a versão reduzida da mesma para a população adolescente portuguesa e consequentemente Veiga, Sotero, Pontes, Cunha, Portugal e Relvas (2018) validaram a mesma versão, mas para a população adulta que será utilizada na investigação da presente dissertação.

5.1. Modelos teóricos da adição às redes sociais

Turel e Serenko, (2012) explicaram a adição as redes sociais com base no modelo cognitivo-comportamental, no modelo de habilidade social e no modelo sócio-cognitivo que haviam sido trabalhos para explicar a adição à internet.

O **modelo cognitivo-comportamental** explica que alguns utilizadores das SRS podem desenvolver cognições desadaptativas, que são aumentadas por diversos fatores ambientais, e podem levar a uma utilização das redes sociais compulsiva e/ aditiva (Turel & Serenko, 2012).

O **modelo de habilidades sociais**, por sua vez, sugere que indivíduos que não possuem habilidade de auto-apresentação têm uma maior tendência para se envolverem

com comunicações virtuais em vez de comunicações cara-a-cara. Para além disso, o presente modelo argumenta ainda que a preferência em comunicar por via *online*, quando acompanhada por reforços contantes de recompensa, origina o uso compulsivo das redes sociais, que por sua vez afeta negativamente o indivíduo (Turel & Serenko, 2012).

Por fim, o **modelo sócio-cognitivo** argumenta que o termo “adição às redes sociais” utilizado por muitos investigadores poderá ser uma auto-regulação deficiente do uso das redes sociais, que por sua vez possibilitará o desenvolvimento de hábitos de utilização dos media inadequados. Muitas das vezes, os indivíduos utilizam as redes sociais como forma de aliviar alguns sentimentos/sintomas, e à medida que obtêm a resposta desejada deixam de possuir auto-controlo sobre a sua utilização, acabando por desenvolver padrões comportamentais compulsivos (Turel & Serenko, 2012).

Os três modelos apresentados anteriormente demonstram opiniões diversificadas em relação ao desenvolvimento da adição as redes sociais, no entanto todos eles referem que a adição tem consequências negativas para os seus utilizadores e para o meio que os rodeia (Turel & Serenko, 2012).

O **Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE)** é outro modelo que foi desenvolvido para explicar o distúrbio específico da internet, fornecendo deste modo fundamentos teóricos para compreender os processos de desenvolvimento e manutenção do uso adictivo de certas aplicações ou *sites* da internet que promovem jogos de apostas, visualização de pornografia, compras ou comunicação. Assim, de acordo com este modelo, as patologias específicas da internet desenvolvem-se através da interação entre os fatores predisponentes (constituição neurobiológica e psicológica) e as variáveis moderadoras (estilos de enfrentamento e aspetos cognitivos) e mediadoras (respostas afetivas e cognitivas que desencadeiam a situação em combinação com um fraco funcionamento executivo). Essas respostas afetivas e cognitivas aos estímulos situacionais podem reduzir o controlo inibitório e o funcionamento executivo, o que contribui para a decisão de utilizar as aplicações ou *sites* de escolha na internet (Brand, Young, Laier, Wolfling & Potenza, 2016).

A **Teoria de Uso e Gratificações (U&G)** tem sido também utilizada para explicar a uso dos SRS. Esta abordagem parte do pressuposto que um indivíduo utiliza uma determinada tecnologia com um objetivo específico, cria, portanto, expectativas relativamente a essa rede social. Se as motivações (objetivo específico) que levam um

sujeito a utilizar uma determinada rede social for satisfeita, este sentir-se-á satisfeito (Thadani, Cheung & Lee, 2016). Ou seja, esta abordagem concentra essencialmente a sua atenção em avaliar as motivações e gratificações dos utilizadores de um media específico (Kartz, Blumer & Gurevich, 1973).

A U&G faz referência a dois tipos de gratificações: gratificações obtidas e gratificações esperadas. As gratificações obtidas consistem nas gratificações que os usuários experimentam com a utilização de um meio particular, enquanto que as gratificações esperadas dizem respeito às gratificações que os indivíduos esperam dos media antes de iniciar a sua utilização. Este último tipo de gratificação é também visto como uma necessidade ou motivação (Katz, Gurevitch & Haas, 1973; Palmgreen, Wenner & Rayburn, 1980).

Isso implica que quando as gratificações obtidas são maiores que as esperadas, os usuários se envolvem de forma satisfatória e adotam esse meio para satisfazer as suas necessidades (Palmgreen & Rayburn, 1979), podendo de uma certa forma originar a adição aos SRS.

Ambos os tipos de gratificações de um determinado meio influenciam a escolha, a frequência e a intensidade do seu uso. As motivações e expectativas das gratificações adquiridas através da utilização de um meio são influenciadas por diversos fatores individuais, sociais, culturais e políticos (Papacharissi & Rubin, 2000).

5.2. Tratamento da adição às redes sociais

A adição ao *Facebook* é um problema que tem aumentado entre todos os tipos de utilizadores, que tem impacto psicológico, físico, e social na vida destes. Para tal, torna-se importante desenvolver estratégias para a prevenção da adição ao *Facebook*, assim como para intervenção terapêutica, o que se torna importante para promover a utilização saudável e segura do *Facebook*. Deve-se ainda consciencializar as pessoas no sentido de fomentar nos utilizadores uma melhor capacidade de diminuir a ocorrência do comportamento de adição do *Facebook*, possibilitando assim uma utilização saudável (Alzougool, 2018).

Atualmente, ainda não são abordadas na literatura formas de tratamento direcionadas para a adição as redes sociais, mais especificamente para a adição ao *Facebook*. Contudo é de denotar, através de uma análise da literatura, que são já utilizados

métodos de tratamento de outras adições na adição à internet, o que por sua vez, poderá indicar que esses métodos poderão ser igualmente utilizados na adição às redes sociais (Davis, 2011; Shonin, Gordon & Griffiths, 2014; Young, 1998).

Ao contrário das outras adições, a utilização excessiva dos SRS não pode ser tratada através da abstinência total da utilização da internet, uma vez que esta faz parte da nossa cultura profissional e de lazer (Echeburúa & Corral, 2010), pelo que o foco do tratamento deverá passar pela moderação e controlo da sua utilização (Young, 1998).

A terapia cognitivo-comportamental (TCC) poderá ser utilizada como forma de intervenção no uso patológico da internet. O foco da TCC consiste em desafiar as distorções cognitivas do indivíduo, levando o sujeito a catastrofizar (imaginar o pior cenário) e de seguida é trabalhada a reestruturação cognitiva. Relativamente à componente mais comportamental a intervenção passa pelo registo do uso da internet e de pensamentos e pela terapia de exposição. No que respeita à terapia de exposição esta poderá passar por manter o cliente longe da internet, de modo a que este perceba que nada de negativo poderá acontecer se estiver *offline*, permitindo-lhe observar as suas reações cognitivas através da exposição de diversas funcionalidades da internet (Davis, 2001).

Para além das terapias e técnicas já referidas, podem, também, ser utilizadas outras como é o caso da intervenção de autoajuda, através de uma aplicação para *smartphones*, que controla o tempo dispensado na internet e em aplicações de redes sociais, possibilitando a tomada de consciência do tempo que verdadeiramente está a gastar, bem como pode até proibir o acesso a determinados *sites* que a pessoa deve evitar (Shonin, Gordon & Griffiths, 2014).

Outras técnicas podem ser a prática do oposto, que tem como objetivo fazer com que o paciente altere a rotina normal de acesso à internet/redes sociais e reajuste os períodos de utilização dessa, a fim de quebrar o hábito de estar *online* constantemente. Existe, também, a técnica Rolha externa, que se baseia em o utilizador aceder à internet apenas antes de eventos diários, de modo a que sirva de controle do tempo que lá estará *online*. O estabelecimento de objetivos, é uma estratégia importante, também, no tratamento da adição, pois este deverá definir metas razoáveis às quais se propõe a cumprir, de modo a reduzir o tempo utilizado, mas com constantes acessos, para que se evite desejos de acesso e abstinência (Young, 1998).

Por fim, também se pode revelar essencial a existência de uma terapia familiar perante esta problemática, em que o foco será a família auxiliar o utilizador na sua recuperação, compreender o verdadeiro significado de ser adicto e o que tem provocado na dinâmica familiar, de modo a conseguir reverter tal situação (Young, 1998).

Finalizado este último tópico do enquadramento teórico é altura de dar início ao estudo empírico que constitui a segunda parte desta dissertação de mestrado, na sua componente empírica.

É importante ainda referir que o enquadramento teórico é fundamental para a contextualização do estudo empírico que se segue e que visa avaliar os padrões de utilização do *Facebook* (do uso pontual à adição) numa amostra de adultos portugueses, com o intuito de caracterizar diferentes formas de envolvimento com esta plataforma virtual. Assim sendo, nesta investigação pretendemos compreender de que forma as variáveis sociodemográficas dos utilizadores do *Facebook* se relacionam com os resultados obtidos destes na Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*.

CAPÍTULO II – ESTUDO EMPÍRICO

Finalizada a parte teórica, que tem como objetivo contextualizar a problemática em estudo, segue-se o desenvolvimento da dimensão empírica desta investigação, que passa pela descrição da metodologia adotada, em particular o tipo de estudo, os objetivos gerais e específicos, caracterização sociodemográfica, o instrumento e o questionário selecionados para a recolha de dados e as variáveis em estudo, assim como o tratamento estatístico dos dados. Por fim, concretizou-se uma síntese dos resultados mais pertinentes para a análise, reflexão e comparação com outros estudos.

6. Método

6.1. Justificação da escolha do tema

A escolha da temática avaliação da utilização do *Facebook* deveu-se ao fato de a cada dia que passa ser possível verificar diferentes envolvimentos com esta plataforma virtual, existindo utilizadores que usam o *Facebook* de forma pontual e outros que o utilizam de forma patológica, na medida em que prejudicam a sua vida social, profissional e até mesmo familiar devido à utilização excessiva deste meio. Deste modo, gostaríamos de contribuir, com o presente estudo, para avaliar a utilização do *Facebook* por parte de adultos, detalhando às variáveis sociodemográficas e os objetivos de uso desta plataforma virtual presentes nos elementos da nossa amostra.

6.2. Objetivos do estudo

6.2.1. Objetivo geral

- a) Avaliação dos padrões de uso da rede social *Facebook* (do uso pontual à adição) numa amostra de adultos portugueses, com o intuito de caracterizar diferentes formas de envolvimento com esta plataforma virtual.

6.2.2. Objetivos específicos

- a) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável sexo e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*, a pontuação da escala, a existência ou não de adição, e as dimensões da escala.

- b) Analisar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável habilitações literárias e as variáveis pontuação total da escala e a existência ou não de adição.
- c) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável estado civil e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook* e a existência ou não de adição.
- d) Analisar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável classes de idade e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*., a pontuação total da escala e a existência ou não de adição.
- e) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável existência ou não de adição e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*.
- f) Analisar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável meios de acesso ao *Facebook* e as variáveis existência ou não de adição e a pontuação total da escala
- g) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável objetivos de uso do *Facebook* e as variáveis existência ou não de adição e o tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana.
- h) Analisar se existem associações entre os valores obtidos com a escala e variáveis sociodemográficas como a idade e as habilitações literárias.

6.3. Amostra

A amostra inicial era composta por 503 indivíduos, 4 dos quais foram eliminados por incongruências nas questões sociodemográficas. Permanecendo 499 indivíduos, 394 são do sexo feminino e 105 do género masculino, com idades entre os 19 e os 75 anos.

A presente investigação recorreu ao método quantitativo, aplicado a uma amostra intencional, não probabilística. Os dados foram recolhidos através da internet, com base num questionário sociodemográfico contruído para o efeito e na Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*.

Como critério de inclusão foram considerados sujeitos maiores de idade, portugueses, utilizadores do *Facebook*, com mais de que o 1º ciclo de escolaridades.

6.4. Instrumentos

Após a aprovação da comissão de ética (Anexo A) procedeu-se à recolha dos dados tendo sido respeitados todos os procedimentos éticos (Anexo B). Para fins de recolha dos dados foram usados dois instrumentos: um questionário sociodemográfico (Anexo D) elaborado para o efeito e a Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*, após a autorização do uso do mesmo pelos autores (Anexo C).

O Consentimento Informado, foi apresentado no início do formulário *online*, a fim de garantir a confidencialidade e o anonimato dos participantes, tendo sido exposto um breve texto introdutório, com o objetivo de explicar o propósito da investigação. Os participantes só conseguiriam efetuar o preenchimento dos instrumentos se indicassem que aceitavam todas as condições da investigação.

6.4.1. Questionário sociodemográfico

O questionário sociodemográfico foi construído com a finalidade de recolher algumas informações complementares, de modo a compreender de forma mais abrangente as características dos sujeitos que se consideraram importantes saber para este estudo. Assim, as variáveis solicitadas foram o sexo, a idade, o estado civil, as habilitações literárias, o curso frequentado, o meio com que acedem ao *Facebook*, o tempo gasto no *Facebook* durante a semana e ao fim de semana e para que fins utilizavam o *Facebook*.

6.4.2. Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen*

A utilização deste instrumento tem como objetivo avaliar a utilização do *Facebook*, do uso pontual à adição.

A Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen* (BFAS) foi desenvolvida por um grupo de investigadores noruegueses e era inicialmente composta por dezoito itens. Anos mais tarde foi realizada uma versão reduzida da BFAS e validada para a população

portuguesa, numa versão para adolescentes (Pontes, Andreassen & Griffiths, 2016) e noutra para adultos (Veiga, Soeiro, Pontes, Cunha, Portugal & Relvas, 2018).

Está última versão é composta por seis perguntas. Cada questão avalia uma componente básica da adição proposto por Brown (1993) e Griffiths (1996). O autopreenchimento é do tipo Likert, numa escala de 5 pontos que variam de muito raramente a muito frequentemente (Pontes, Andreassen & Griffiths, 2016). A BFAS solicita aos participantes que respondam com que frequência durante o último ano experimentaram o seguinte: (1) Passaram demasiado tempo a pensar no Facebook ou planearam usá-lo (2) Sentiram necessidade de usar o Facebook cada vez mais (3) Usaram o Facebook para esquecer os seus problemas (4) Tentaram reduzir o uso do Facebook sem sucesso (5) Ficaram inquietos(as) ou perturbados(as) caso os(as) proibissem de usar o Facebook e (6) Usam o Facebook em demasia de modo a que isso tenha um impacto negativo no seu trabalho/estudo (Pontes, Andreassen & Griffiths, 2016).

Relativamente aos critérios de cotação desta escala, os participantes que obtiverem pontuações de três (“Às vezes”) ou superiores a três em pelo menos quatro itens poderão ser considerados prováveis adictos do *Facebook* (Veiga, Soeiro, Pontes, Cunha, Portugal & Relvas, 2018).

Em termos de propriedades psicométricas esta última versão possui uma consistência interna satisfatória medida pelo alfa de Cronbach ($\alpha = 0,87$) (Veiga, Soeiro, Pontes, Cunha, Portugal & Relvas, 2018).

A consistência interna do instrumento utilizado neste estudo foi analisada através do coeficiente de consistência interna Alfa de Cronbach, que foi de 0,83.

6.5. Procedimentos

Num primeiro momento, para a execução do presente estudo procedeu-se ao pedido de autorização do instrumento a um dos seus autores.

Após a autorização da administração da Escala de adição ao *Facebook* de *Bergen* pelo professor Halley Pontes, foi submetido o projeto de investigação à comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa, tendo sido obtida uma resposta positiva no que respeita à sua realização (Anexo 1).

Assim que foram obtidas todas as autorizações e o projeto aceite pela comissão de ética, procedeu-se à construção do questionário *online* no Google Docs, tendo sido, de

seguida partilhado o *link* do respetivo questionário pela comunidade pessoana e pelas redes sociais.

Através do *link*, todos os participantes tomaram conhecimento do estudo, com base num texto introdutório breve e o respetivo consentimento informado na primeira secção. Após a sua leitura, os participantes que desejavam responder apenas conseguiam ter acesso ao questionário sociodemográfico e ao instrumento se assinalassem aceitar participar no estudo, caso contrário, não era possível responder. O anonimato e a confidencialidade das respostas foram assegurados.

A recolha de dados decorreu entre maio e julho de 2018. Após a recolha dos dados, os mesmos foram transferidos automaticamente do *Google Docs* para o *Excel* (versão 2016) e posteriormente para o *IRM SPSS Statistics*, na versão 25, tendo aí sido efetuada a análise descritiva e inferencial

7. Análise dos resultados

A análise estatística deste estudo foi realizada através de medidas de estatística descritiva (frequências relativas e absolutas, médias e desvios padrão) e de medidas estatísticas inferenciais. O nível de significância utilizado para rejeitar a hipótese nula foi de $(p) \leq 0,05$.

7.1. Análise descritiva

Participaram neste estudo 499 utilizadores do *Facebook*, dos quais 79,0% são do género feminino (n = 394), enquanto que 21,0% são do género masculino (n = 105) (Tabela 1).

Tabela 1 – *Caracterização da amostra quanto à variável género*

	Frequência	Percentagem
Feminino	394	79,0
Masculino	105	21,0
Total	499	100,0

Quanto às idades dos participantes, estas variavam entre um mínimo de 19 e um máximo de 75 anos, com uma média de 36, 43 anos e um desvio padrão de 13,57 (Tabela 2). A maioria dos participantes deste estudo situavam-se na faixa etária 19-24 anos (27,1%) (Tabela 3).

Tabela 2 – *Caracterização da amostra quanto à variável idade*

Idade		
N	Válido	499
	Omisso	0
Média		36,43
Erro Desvio		13,572
Mínimo		19
Máximo		75
Percentis	25	24,00
	50	34,00
	75	46,00

Tabela 3 – *Caracterização da amostra quanto à variável classes de idade*

		Frequência	Percentagem
Válido	19-24	135	27,1
	25-34	121	24,2
	35-46	123	24,6
	47-75	120	24,0
	Total	499	100,0

Relativamente ao estado civil, a maioria dos participantes eram casados/ união de facto (43,9 %), seguindo-se os solteiros (42,3%), os divorciados (6,4%) e os indivíduos numa relação informal (6,8%). Por fim, numa percentagem muito reduzida, encontram-se os viúvos (0,6%) (Tabela 4).

Tabela 4 – *Caracterização da amostra quanto à variável estado civil*

	Frequência	Percentagem
Casado/a - União de Facto	219	43,9
Divorciado/a - Separado	32	6,4
Numa Relação Informal	34	6,8
Solteiro/a	211	42,3
Viúvo/a	3	,6
Total	499	100,0

No que respeita às habilitações literárias, 37,1 % dos participantes tinham licenciatura, 27,5 % mestrado, 10,6 % doutoramento e 21,6 % secundário. Os restantes 3,2% têm habilitações literárias baixas, e o que predomina é a licenciatura (37,1%) (Tabela 5).

Tabela 5 – *Caracterização da amostra quanto à variável habilitações literárias*

	Frequência	Percentagem
2ºCiclo	8	1,6
3º Ciclo	8	1,6
Secundário	108	21,6
Licenciatura	185	37,1
Mestrado	137	27,5
Doutoramento	53	10,6
Total	499	100,0

No que se refere ao meio pelo qual geralmente os participantes acediam ao *Facebook*, 5,21% acediam através do *tablet*, 21,04% pelo computador e 73,75% pelo *smartphone* (Tabela 6).

Tabela 6 – *Caracterização da amostra quanto à variável meios de acesso ao Facebook*

	Frequência	Percentagem
Computador	105	21,04
Smartphone	368	73,75
Tablet	26	5,21
Total	499	100,0

Em termos do tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana, 51,7 % gastavam uma hora ou menos, 23,8% gastavam duas horas, 11,8% gastavam três horas e 12,6% gastavam quatro horas ou mais (Tabela 7).

Tabela 7 – *Caracterização da amostra quanto à variável número de horas despendidas por dia durante a semana no Facebook*

	Frequência	Percentagem
1 hora ou menos	258	51,7
2 horas	119	23,8
3 horas	59	11,8
4 horas ou mais	63	12,6
Total	499	100,0

Relativamente ao tempo gasto no *Facebook* aos fins de semana, é possível constatar que 50,9% gastavam 1 hora ou menos, 24,2% 2 horas, 12,6% 3 horas e 12,2 % 4 horas ou mais (Tabela 8).

Tabela 8 – *Caracterização da amostra quanto à variável número de horas despendidas por dia ao fim de semana no Facebook*

	Frequência	Percentagem
1 hora ou menos	254	50,9
2 horas	121	24,2
3 horas	63	12,6
4 horas ou mais	61	12,2
Total	499	100,0

No que respeita aos objetivos de uso do *Facebook* 72,7% dos participantes deste estudo utilizam o *Facebook* para publicar informações/fotos, 16,8% para jogar, 82,8% para fins de conversa, 28,9% para fazer trabalhos de grupo (Tabela 9).

Tabela 9 – Caracterização amostra quanto à variável objetivos de uso (publicar informações/fotos, jogar, conversar e fazer trabalhos de grupo)

Objetivos de uso	Opções	Frequências	Percentagens
Publicar informações/fotos	Sim	363	72,7
	Não	136	27,3
	Total	499	100,0
Jogar	Sim	84	16,8
	Não	415	83,2
	Total	499	100,0
Conversar	Sim	413	82,8
	Não	86	17,2
	Total	499	100,0
Fazer trabalhos de grupo	Sim	144	28,9
	Não	355	71,1
	Total	499	100,0

Foi também verificado que 60,1% utiliza o *Facebook* para ver perfis de outras pessoas, 26,3% para procurar trabalho, 12,8% para vender produtos, 31,3% para seguir pessoas famosas do seu interesse (Tabela 10).

Tabela 10 – Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (ver perfis de outras pessoas, procurar trabalho, vender produtos e seguir pessoas famosas do seu interesse)

Objetivos de uso	Opções	Frequências	Percentagens
Ver perfis de outras pessoas	Sim	300	60,1
	Não	199	39,9
	Total	499	100,0
Procurar trabalho	Sim	131	26,3
	Não	368	73,7
	Total	499	100,0
Vender produtos	Sim	64	12,8
	Não	435	87,2
	Total	499	100,0
Seguir pessoas famosas do seu interesse	Sim	156	31,3
	Não	343	68,7
	Total	499	100,0

É ainda possível constatar, que 0,8% utiliza o *Facebook* para contactar amigos e familiares, 1,4% para ler notícias, 0,4% para partilhar informações científicas, 0,8% para partilhar informações de trabalho (Tabela 11).

Tabela 11 – *Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (contactar amigos e familiares, ler notícias, partilhar informação científica e informação de trabalho)*

Objetivos de uso	Opções	Frequências	Percentagens
Contactar amigos e familiares	Sim	4	,8
	Não	495	99,2
	Total	499	100,0
Ler notícias	Sim	7	1,4
	Não	492	98,6
	Total	499	100,0
Partilhar informação científica	Sim	2	,4
	Não	497	99,6
	Total	499	100,0
Partilhar informação de trabalho	Sim	4	,8
	Não	495	99,2
	Total	499	100,0

Pode-se ainda verificar que 0,8% usa o *Facebook* para integrar grupos específicos, 0,6 para fins culturais, 0,4% como passatempo, 1,2% para ver publicações (Tabela 12).

Tabela 12 – *Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (grupos específicos, fins culturais, passatempo e ver publicações)*

Objetivos de uso	Opções	Frequências	Percentagens
Integrar grupos específicos	Sim	4	,8
	Não	495	99,2
	Total	499	100,0
Cultura	Sim	3	,6
	Não	496	99,4
	Total	499	100,0
Passatempo	Sim	2	,4
	Não	497	99,6
	Total	499	100,0
Ver publicações	Sim	6	1,2
	Não	493	98,8
	Total	499	100,0

Por fim, 0,4% utiliza o *Facebook* para seguir páginas de interesse, 0,2% para coordenar equipas científicas e 0,2% para conhecer pessoas (Tabela 13).

Tabela 13 – *Caracterização da amostra quanto à variável objetivos de uso (seguir páginas de interesse, coordenar equipas científicas e conhecer pessoas)*

Objetivos de uso	Opções	Frequências	Percentagens
Seguir páginas de interesse	Sim	2	,4
	Não	497	99,6
	Total	499	100,0
Coordenar equipas científicas	Sim	1	,2
	Não	498	99,8
	Total	499	100,0
Conhecer Pessoas	Sim	1	,2
	Não	498	99,8
	Total	499	100,0

Por último, no que se refere às respostas dos participantes nas questões apresentadas na Escala de Adição ao *Facebook* de *Bergen* foi possível verificar que na primeira questão do BFAS “Passa demasiado tempo a pensar no Facebook ou planear usá-lo” a maioria dos participantes responderam muito raramente e raramente (82,4%) (Tabela 14), com uma média de 1,70 e um desvio padrão de 0,879.

Tabela 14 – *Estatísticas descritiva: BFAS questão 1*

	Frequência	Percentage	Percentage acumulativa
Muito Raramente	260	52,1	52,1
Raramente	151	30,3	82,4
Às vezes	71	14,2	96,6
Frequentemente	11	2,2	98,8
Muito Frequentemente	6	1,2	100,0
Total	499	100,0	

Na segunda questão do BFAS “Sente necessidade de usar o Facebook cada vez mais” a maioria respondeu muito raramente e raramente (80,8%) (Tabela 15), com média de 1,79 e desvio padrão de 0.880.

Tabela 15 – *Estatísticas descritivas: BFAS Questão 2*

	Frequênci a	Percentage m	Percentage m acumulativa
Muito Raramente	225	45,1	45,1
Raramente	178	35,7	80,8
Às vezes	74	14,8	95,6
Frequentemente	18	3,6	99,2
Muito Frequentemente	4	,8	100,0
Total	499	100,0	

Na terceira questão “Usa o Facebook para esquecer os seus problemas” a maioria respondeu muito raramente (61,1%) (Tabela 16) com média de 1,63 e desvio padrão de 0,925.

Tabela 16 – *Estatísticas descritivas: BFAS Questão 3*

	Frequênci a	Percentage m	Percentage m acumulativa
Muito Raramente	305	61,1	61,1
Raramente	103	20,6	81,8
Às vezes	68	13,6	95,4
Frequentemente	17	3,4	98,8
Muito Frequentemente	6	1,2	100,0
Total	499	100,0	

Na quarta questão “Tenta reduzir o uso do Facebook sem sucesso” a maioria respondeu muito raramente (57,5%) (Tabela 17), com uma média de 1,64 e um desvio padrão de 0,901.

Tabela 17 – *Estatísticas descritivas: BFAS Questão 4*

	Frequênci a	Percentage m	Percentage
			m acumulativa
Muito Raramente	287	57,5	57,5
Raramente	134	26,9	84,4
Às vezes	52	10,4	94,8
Frequentemente	21	4,2	99,0
Muito Frequentemente	5	1,0	100,0
Total	499	100,0	

Na quinta questão “Fica irrequieto(a) ou perturbado(a) caso o(a) proibam de usar o Facebook” a maioria respondeu muito raramente (77,2%) (Tabela 18), com média de 1,31 e desvio padrão de 0,676.

Tabela 18 – *Estatísticas descritivas: BFAS Questão 5*

	Frequênci a	Percentage m	Percentage
			m acumulativa
Muito Raramente	385	77,2	77,2
Raramente	84	16,8	94,0
Às vezes	21	4,2	98,2
Frequentemente	5	1,0	99,2
Muito Frequentemente	4	,8	100,0
Total	499	100,0	

Na sexta e última questão “Usa o Facebook em demasia de modo a que isso tenha um impacto negativo no seu trabalho/estudo” a maioria respondeu muito raramente (70,7%) (Tabela 19), com média de 1,44 e desvio padrão de 0,811.

Tabela 19 – Estatísticas descritivas: BFAS Questão 6

	Frequência	Percentage	Percentage
	a	m	m
			acumulativa
Muito Raramente	353	70,7	70,7
Raramente	90	18,0	88,8
Às vezes	42	8,4	97,2
Frequentemente	8	1,6	98,8
Muito Frequentemente	6	1,2	100,0
Total	499	100,0	

Através da análise de frequências é possível verificar que 26,7 % dos indivíduos obtiveram uma pontuação de 6, mas em contrapartida na pontuação 27 existe somente uma percentagem de 0,2%.

A média da pontuação total da escala foi de 9,53. O valor máximo da pontuação da BFAS foi de 27 pontos e o valor mínimo de 6, sendo que os valores da pontuação vão de 0 a 30.

Com base nos critérios de cotação, 7,6 % (n =38) podem ser considerados adictos e 92,4% (n= 461) podem ser considerados utilizadores não adictos (Tabela 20).

Tabela 20 – Resultados da cotação da BFAS

		Frequência	Percentagem
Válido	Não Dependente	461	92,4
	Dependente	38	7,6
	Total	499	100,0

7.2. Análise inferencial

Tendo em conta os objetivos assinalados recorreu-se à análise inferencial para avaliar as diferenças existentes no uso do *Facebook* consoante algumas variáveis escolhidas.

- a) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável sexo e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*, a pontuação da escala, a existência ou não de adição, e as dimensões da escala.

Os resultados obtidos pelo teste de U de Mann-Whitney ($Z(U) = 18514,000$; $P = 0,077$, para um nível de significância $\leq 0,05$) indicam que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre o sexo e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* (Tabela 21).

Tabela 21 – Resultados do teste U de Mann-Whitney para as variáveis sexo e tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*

	Sexo	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Masculin	105	229,66	24114,00
	Feminino	394	255,42	100636,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	18549,00			
	0			
Significância (Bilateral)	sig ,077			

Os valores obtidos pelo teste U de Mann-Whitney ($Z(U) = 16478,500$; $P=0,001$ para um nível de significância $\leq 0,01$), demonstram que existe uma diferença altamente significativa entre o sexo e o tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook* (Tabela 22).

Na análise de frequências verificamos que relativamente a uma hora ou menos de uso o sexo masculino apresenta valores superiores ao do sexo feminino, no uso de 2 horas é o sexo feminino que tem valores superiores, no uso de 3 horas volta a ser o género feminino a demonstrar valores superiores. Por fim, na categoria 4 horas ou mais continua o sexo feminino a apresentar uma percentagem superior.

Tabela 22 – Resultados do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis sexo e tempo gasto por dia durante o fim de semana no Facebook

	Sexo	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Masculino	105	209,94	22043,50
	Feminino	394	260,68	102706,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney	16478,50			
Significância (Bilateral)	Sig.	,001		

Os resultados obtidos pelo teste U de Mann-Whitney ($Z(U) = 18014,000$; $P=0,039$ para um nível de significância $\leq 0,05$) indicam que existe uma diferença estatisticamente significativa entre o sexo e a pontuação total da escala (Tabela 23).

Através da análise de frequências é possível verificar que o sexo masculino relativamente à pontuação total de 6 apresenta uma percentagem superior do que o sexo feminino. No entanto, a partir da pontuação de 6 o sexo feminino na maioria das pontuações apresenta percentagem superiores ao sexo masculino.

Tabela 23 – Resultados do Teste U Mann – Whitney, para as variáveis sexo e total da escala

	Sexo	N	Posto Médio	Soma de Classificações
total escala	Masculino	105	224,56	23579,00
	Feminino	394	256,78	101171,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	18014,000			
Significância (Bilateral)	Sig.	,039		

Os valores obtidos pelo Teste de Qui-Quadrado ($\chi^2(gl, n) = 0,170$; $P=0,680$) demonstram que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre o sexo e a existência ou não de adição (Tabela 24).

Tabela 24 – Resultados do Teste *Qui-Quadrado* para as variáveis *sexo e existência ou não de adição*

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig. exata (2 lados)	Sig. exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	,170 ^a	1	,680		
Correção de continuidade ^b	,042	1	,837		
Razão de verossimilhança	,175	1	,676		
Teste Exato de Fisher				,837	,432
Associação Linear por Linear	,170	1	,680		
N de Casos Válidos	499				

O valor de $Z(U) = 17734,500$ com $P = 0,014$ para um nível de significância $\leq 0,05$ expresso na tabela 25, referente ao teste U de Mann – Witney indica que existem diferenças estatisticamente significativas entre o sexo e a dimensão saliência (Item 1). Demonstra ainda que também existem diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao sexo e a dimensão modificação de humor (item3), com o valor de $U = 17945,000$ e de $P = 0,017$ para um nível de significância de $\leq 0,05$. Os restantes itens apresentam valores superiores a 0,05, ou seja, não existe uma diferença estatisticamente significativa entre o sexo e a dimensão tolerância (item 2), dimensão recaída (item 4), dimensão sintomas de abstinência (item 5) e a dimensão conflito (item 6).

É possível constatar na análise de frequências que as mulheres apresentam percentagens superior aos homens na maioria das opções de resposta (raramente, às vezes, muito frequentemente) da dimensão saliência, exceto nas opções muito raramente e frequentemente.

Já no que se refere à análise de frequências da dimensão modificação de humor os homens apresentam apenas uma percentagem superior na primeira opção de resposta (muito raramente) relativamente às mulheres. Nas restantes opções são as mulheres que

apresentam percentagens superiores (raramente, às vezes, frequentemente e muito frequentemente).

Tabela 25 – Resultados do Teste U- Mann – Whitney para as variáveis sexo e dimensões da adição

	Sexo	N	Posto Médio	Soma de Classificações
[1. Passa demasiado tempo a pensar no <i>Facebook</i> ou planeá-lo?]	Masculin	105	221,90	23299,50
	Feminin	394	257,49	101450,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney	17734,50			
Significância (Bilateral)	Sig ,014			
[3. Usa o <i>Facebook</i> para esquecer os seus problemas?]	Masculin	105	223,90	23510,00
	Feminin	394	256,95	101240,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	17945,00			
Significância (Bilateral)	Sig ,017			

- b) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável habilitações literárias e as variáveis pontuação total e a existência ou não de adição.

Os valores obtidos pelo teste de Wilcoxon ($Z = -18,931$; $P = ,000$ para um nível de significância ≤ 0.01), demonstram que existe uma diferença altamente significativa entre as habilitações literárias e a pontuação total da escala (Tabela 26).

A análise de frequências indica que a percentagem de indivíduos que pontuaram mais na pontuação de 6 foram os que possuem doutoramento. Já na pontuação 27 foram os que possuem mestrado.

Tabela 26 – Resultado do Teste de Wilcoxon para as variáveis habilitações literárias e pontuação total

		N	Posto Médio	Soma de Classificações
total	escala - Classificações	0 ^a	,00	,00
Habilitações Literárias	Negativas			
	Classificações Positivas	476 ^b	238,50	113526,0
	Empates	23 ^c		0
	Total	499		
Z	-18,931			
Significância Sig. (Bilateral)	,000			

O valor de Z (U) foi de 8594,500, com $p=0,841$, o que demonstra que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre as habilitações literárias e a existência ou não de adição (Tabela 27).

Tabela 27 – Resultado do Teste U Mann-Whitney para as variáveis habilitações literárias e existência ou não de adição

	Cotação da Escala	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Habilitações Literárias	Não adictos	461	249,64	115085,50
	Adictos	38	254,33	9664,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney	8594,500			
Significância Sig. (Bilateral)	,841			

- c) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável estado civil e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook* e a presença ou não de adição.

Os resultados obtidos pelo teste de H Kruskal-Wallis ($\chi^2(gl, n) = 15,705$; $P = ,003$ para um nível de significância $\leq 0,01$), demonstram que existe uma diferença altamente

significativa entre o estado civil e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* (Tabela 28).

A análise de frequências permite-nos verificar que os viúvos são aqueles que utilizam mais o *Facebook* por uma hora ou menos, os divorciados por 2 horas, os solteiros por 3 horas e os indivíduos numa relação informal por 4 horas ou mais.

Tabela 28 – Resultado do Teste H Kruskal-Wallis para as variáveis estado civil e tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*

		Estado Civil	N	Posto Médio
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Solteiro/a		211	272,06
	Numa relação informal		34	261,00
	Casado/a		219	226,66
	Divorciado/a		32	263,83
	Viúvo/a		3	129,50
	Total		499	
H de Kruskal-Wallis		15,705		
Significância Sig.		,003		

Os valores obtidos pelo teste H Kuskal-Wallis ($\chi^2 (gl, n) = 23,380$; $P = ,000$ para um nível de significância $\leq 0,01$) indicam que existe uma diferença altamente significativa entre o estado civil e o tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook* (Tabela 29).

A análise das frequências permite-nos constatar que relativamente a 1 hora ou menos passada no *Facebook* os viúvos apresentam percentagens superiores relativamente aos restantes, 2 horas a 3 horas são os divorciados, e 4 horas ou mais são os solteiros.

Tabela 29 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis estado civil e tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook*

	Estado Civil	N	Posto Médio
E ao fim de semana?	Solteiro/a	211	280,24
	Numa relação informal	34	231,93
	Casado/a	219	223,21
	Divorciado/a	32	264,66
	Viúvo/a	3	127,50
	Total	499	
H de Kruskal-Wallis	23,380		
Significância Sig.	,000		

Os resultados obtidos no teste de Qui-Quadrado ($\chi^2 (gl, n) = 5,055$; $P = 0,282$), demonstram que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre o estado civil e a presença ou não de adição (Tabela 30).

Tabela 30 – Resultado do Teste Qui-Quadrado para as variáveis estado civil e existência ou não de adição

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	5,055 ^a	4	,282
Razão de verossimilhança	5,426	4	,246
Associação Linear por Linear	4,302	1	,038
N de Casos Válidos	499		

- d) Analisar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável classes de idade e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*, a pontuação total e a existência ou não de adição.

Os valores obtidos pelo teste H de Kruskal-Wallis ($\chi^2 (gl, n) = 53,541$; $P = ,000$ para um nível de significância $\leq 0,01$) demonstram que existe uma diferença altamente significativa entre as classes de idade e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* (Tabela 31).

A análise de frequências indica que a maior percentagem de indivíduos que utilizam o *Facebook* por 1 hora ou menos encontram-se na faixa etária dos 47-75, os que utilizam por 2 horas encontram-se entre os 25-34 e os que utilizam por 3 horas e 4 horas ou mais encontram-se entre os 19-34.

Tabela 31 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*

	Classes de idade	N	Posto Médio
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	19-24	135	298,36
	25-34	121	280,75
	35-46	123	225,47
	47-75	120	189,73
	Total	499	
H de Kruskal-Wallis	53,541		
Significância Sig.	,000		

Os resultados obtidos pelo teste H de Kruskal-Wallis ($\chi^2 (gl, n) = 50,534$; $P = ,000$ para o nível de significância $\leq 0,01$), o que indica que existe uma diferença altamente significativa entre as classes de idade e o tempo gasto por dia durante o fim de semana (Tabela 32).

A análise de frequências demonstra que a maioria dos indivíduos que gastam 1 hora ou menos encontram-se entre os 47-75 anos, os que gastam 2 horas encontram-se entre os 35-46 anos, os que gastam 3 horas encontram-se entre os 25-34 anos e os que gastam 4 horas ou mais encontram-se entre os 19-24 anos.

Tabela 32 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook*

	Classes de idade	N	Posto Médio
E ao fim de semana?	19-24	135	294,94
	25-34	121	280,29
	35-46	123	231,87
	47-75	120	187,48
	Total	499	
H de Kruskal-Wallis	50,534		
Significância Sig.	,000		

Os valores obtidos pelo teste H de Kruskal-Wallis ($x^2 (gl, n) = 10,602$; $P= 0,014$ para um nível de significância $\leq 0,05$), demonstram que existe uma diferença altamente significativa entre as classes de idade e a pontuação total da escala (Tabela 33).

A análise de frequências demonstra que a classe idade que mais pontou na pontuação de 6 foi os 47-75 anos, em contrapartida a classe de idade que mais pontuou na pontuação de 27 foi os 19-24 anos.

Tabela 33 – Resultado do Teste H de Kruskal-Wallis para as variáveis classes de idade e pontuação total

	Classes de idade	N	Posto Médio
total escala	19-24	135	244,52
	25-34	121	283,60
	35-46	123	247,06
	47-75	120	225,30
	Total	499	
H de Kruskal-	10,602		
Wallis			
Significância	,014		
Sig.			

Os resultados obtidos pelo teste Qui-Quadrado ($x^2 (gl, n) = 5,872$; $P=0,118$), demonstram que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre as classes de idade e a existência ou não de adição (Tabela 34).

Tabela 34 – Resultado do Teste de Qui-Quadrado para as variáveis classes de idade e existência ou não de adição

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	5,872 ^a	3	,118
Razão de verossimilhança	6,304	3	,098
Associação Linear por Linear	1,962	1	,161
N de Casos Válidos	499		

- e) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável existência ou não de adição e as variáveis tempo gasto por dia durante a semana e o fim de semana no *Facebook*

Os valores obtidos pelo teste U de Mann-Whitney ($Z(U) = 5591,500$; $P = 0,000$ para um nível de significância $\leq 0,01$) demonstram que existe uma diferença estatisticamente significativa entre a existência ou não de adição e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* (Tabela 35).

A análise de frequências demonstra que a percentagem superior de indivíduos que utilizam o *Facebook* 1 hora ou menos corresponde a não adictos, os que utilizam 2 horas corresponde também a não adictos, os que utilizam 3 horas correspondem a adictos e os que utilizam 4 horas ou mais corresponde igualmente a adictos.

Tabela 35 – Resultados do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis existência ou não de adição e tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*

	Cotação da escala	da N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Não adicto	461	243,13	112082,50
	Adicto	38	333,36	12667,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney	5591,500			
Significância (Bilateral)	Sig. ,000			

O valor de $Z(U) = 4897,000$, com $P = 0,000$ para um nível de significância obtido $\leq 0,01$, o que indica que existe uma diferença altamente significativa entre a existência ou não de adição e o tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook* (Tabela 36).

A análise de frequências demonstra que a percentagem superior de indivíduos que utilizam o *Facebook* 1 hora ou menos corresponde a não adictos, 2 horas corresponde também a não adictos, 3 horas corresponde a adictos e 4 horas ou mais corresponde igualmente a adictos.

Tabela 36 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis existência de adição ou não e tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook*

	Cotação da escala	da N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Não adicto	461	241,62	111388,00
	Adicto	38	351,63	13362,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	4897,000			
Significância Sig (Bilateral)	,000			

- f) Analisar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável meios de acesso ao *Facebook* e as variáveis existência ou não de adição e a pontuação total.

Os resultados obtidos pelo teste Qui-Quadrado ($\chi^2(gl, n) = 2,351$; $P = 0,309$) indicam que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre os meios de acesso ao *Facebook* e a existência ou não de adição (Tabela 37).

Tabela 37 – Resultado do Teste Qui-Quadrado para as variáveis meios de acesso ao *Facebook* e existência ou não de adição

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	2,351 ^a	2	,309
Razão de verossimilhança	2,608	2	,271
Associação Linear por Linear	2,183	1	,140
N de Casos Válidos	499		

Os valores obtidos pelo teste H de Kruskal-Wallis ($\chi^2(gl, n) = 3,687$; $P = 0,158$) demonstram que não existe uma diferença estatisticamente significativa entre os meios de acesso ao *Facebook* e a pontuação total da escala (Tabela 38).

Tabela 38 – Resultado do Teste *H* de Kruskal-Wallis para as variáveis meios de acesso ao *Facebook* e pontuação total da escala

	Geralmente acede ao <i>Facebook</i> através de que meio?	N	Posto Médio
total escala	Smartphone	368	255,92
	Computador	105	226,41
	Tablet	26	261,50
	Total	499	

H de 3,687
Kruskal-Wallis
Significância Sig. ,158

- g) Verificar se existe uma diferença estatisticamente significativa entre a variável objetivos de uso do *Facebook* e as variáveis existência ou não de adição, o tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*.

No que diz respeito à análise entre os objetivos de uso e a existência ou não de adição é possível constatar através dos resultados obtidos pelo teste de Qui-Quadrado que existem diferenças significativa entre ver perfis de outras pessoas ($\chi^2 (gl, n) = 6,081; P = 0,014$ para um nível de significância de $\leq 0,05$) (Tabela 39), seguir pessoas famosas do seu interesse ($\chi^2 (gl, n) = 8,740; P = 0,003$) (Tabela 40) e a existência ou não de adição.

A análise de frequências demonstra que a maioria dos indivíduos que utilizam o *Facebook* para ver perfis de outras pessoas e seguir pessoas famosas do seu interesse são adictos.

Tabela 39 – Resultado do Teste de *Qui-Quadrado* para as variáveis *ver perfis de outras pessoas e existência ou não de adição*

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig. exata (2 lados)	Sig. exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,081 ^a	1	,014		
Correção de continuidade ^b	5,261	1	,022		
Razão verossimilhança	6,586	1	,010		
Teste Exato de Fisher				,015	,009
Associação Linear por Linear	6,069	1	,014		
N de Casos Válidos	499				

Tabela 40 – Resultado do Teste de *Qui-Quadrado* para as variáveis *seguir pessoas famosas do seu interesse e existência ou não de adição*

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig. exata (2 lados)	Sig. exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	8,740 ^a	1	,003		
Correção de continuidade ^b	7,697	1	,006		
Razão verossimilhança	8,104	1	,004		
Teste Exato de Fisher				,006	,004
Associação Linear por Linear	8,723	1	,003		
N de Casos Válidos	499				

Já relativamente à análise entre os objetivos de uso e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* é possível observar através dos resultados obtido pelo teste de U de Manny-Whitney que existe uma diferença estatisticamente significativa entre publicar informações/fotos (U=19013,000; P= 0.000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 41), jogar (U=14725,500; P= 0,015 para um nível de significância $\leq 0,05$) (Tabela 42), conversar (U=11811,500; P=0,000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 43), fazer trabalhos de grupo (U=22652,500; P= 0,030 para um nível de significância $\leq 0,05$) (Tabela 44), ver perfis de outras pessoas (U= 26446,000; P= 0,019 para um nível de significância $\leq 0,05$) (Tabela 45), procurar trabalho (U= 19912,500; P= 0,001 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 46), vender produtos (U= 11402,000; P=0,011 para um nível de significância $\leq 0,05$) (Tabela 47), seguir pessoas famosas do seu interesse (U=20647,000; P= 0,000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 48) e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*.

A análise de frequências indica que a maioria dos indivíduos que utilizam o *Facebook* para publicar informações/fotos, jogar, conversar, fazer trabalhos de grupo, ver perfis de outras pessoas, procurar trabalho, vender produtos e seguir pessoas famosas do seu interesse gastam uma hora ou menos a duas horas no *Facebook* durante a semana.

Tabela 41 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis publicar informações/fotos e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [publicar informações/fotos]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	363	265,62	96421,00
	Não	136	208,30	28329,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney		19013,000		
Significância Sig (Bilateral)		0,000		

Tabela 42 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis jogar e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [jogar]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	84	282,20	23704,50
	Não	415	243,48	101045,50
	Total	499		0
U de Mann-Whitney	14725,500			
Significância Sig. (Bilateral)	0,015			

Tabela 43 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis conversar e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [conversar]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	413	264,40	109197,50
	Não	86	180,84	15552,50
	Total	499		0
U de Mann-Whitney	11811,500			
Significância Sig. (Bilateral)	,000			

Tabela 44 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis fazer trabalhos de grupo e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [fazer trabalhos de grupo]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	144	270,19	38907,50
	Não	355	241,81	85842,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney				
Significância Sig. ,030 (Bilateral)				

Tabela 45 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis ver perfis de outras pessoas e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [ver perfis de outras pessoas]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	300	261,35	78404,00
	Não	199	232,89	46346,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney				
Significância Sig. ,019 (Bilateral)				

Tabela 46 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis procurar trabalho e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [procurar trabalho]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	131	282,00	36941,50
	Não	368	238,61	87808,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney				
Significância Sig. ,001 (Bilateral)				

Tabela 47 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis vender produtos e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [vender produtos]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	64	289,34	18518,00
	Não	435	244,21	106232,0
	Total	499		
U de Mann-Whitney				
Significância Sig. ,011 (Bilateral)				

Tabela 48 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis seguir pessoas famosas do seu interesse e tempo gasto no *Facebook* por dia durante a semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [seguir pessoas famosas do seu interesse]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
Em média quanto tempo utiliza o <i>Facebook</i> por dia durante a semana?	Sim	156	289,15	45107,00
	Não	343	232,20	79643,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	20647,000			
Significância Sig. (Bilateral)	,000			

Por fim, no que respeita à análise entre os objetivos de uso e o tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook* é possível observar através dos resultados obtido pelo teste de U de Manny-Whitney que existe uma diferença estatisticamente significativa entre publicar informações/fotos (U=19601,000; P= 0.000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 49), jogar (U=13880,000; P= 0,001 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 50), conversar (U=11397,000; P=0,000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 51), fazer trabalhos de grupo (U=21668,000; P= 0,004 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 52), ver perfis de outras pessoas (U= 25988,500; P= 0,008 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 53), vender produtos (U= 11241,000; P=0,007 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 54), seguir pessoas famosas do seu interesse (U=19702,000; P= 0,000 para um nível de significância $\leq 0,01$) (Tabela 55) e o tempo gasto por dia durante o fim de semana no *Facebook*.

A análise de frequências indica que a maioria dos indivíduos que utilizam o *Facebook* para publicar informações/fotos, jogar, conversar, fazer trabalhos de grupo, ver perfis de outras pessoas, vender produtos e seguir pessoas famosas do seu interesse gastam uma hora ou menos a duas horas no *Facebook* durante o fim de semana.

Tabela 49 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis publicar informações/fotos e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [publicar informações/fotos]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Sim	363	264,00	95833,00
	Não	136	212,63	28917,00
	Total	499		
U de Mann- Whitney	19601,000			
Significância Sig. (Bilateral)	,000			

Tabela 50 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis jogar e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [jogar]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Sim	84	292,26	24550,00
	Não	415	241,45	100200,00
	Total	499		
U de Mann- Whitney	13880,000			
Significância Sig. (Bilateral)	,001			

Tabela 51 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis conversar e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza <i>Facebook</i> que [conversar]	o para fins? N	Posto Médio	Soma de Classifica ções
E ao fim de semana?	Sim	413	265,40	109612,00
	Não	86	176,02	15138,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	11397,000			
Significância Sig. (Bilateral)	,000			

Tabela 52 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis fazer trabalhos de grupo e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza <i>Facebook</i> que fins? [fazer trabalhos grupo]	o para de N	Posto Médio	Soma de Classifica ções
E ao fim de semana?	Sim	144	277,03	39892,00
	Não	355	239,04	84858,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	21668,000			
Significância Sig. (Bilateral)	,004			

Tabela 53 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis ver perfis de outras pessoas e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza o Facebook para que fins? [ver perfis de outras pessoas]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Sim	300	262,87	78861,50
	Não	199	230,60	45888,50
	Total	499		
U de Mann-Whitney	25988,500			
Significância Sig. (Bilateral)				,008

Tabela 54 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis vender produtos e tempo gasto no Facebook por dia durante o fim de semana

	Utiliza o Facebook para que fins? [vender produtos]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Sim	64	291,86	18679,00
	Não	435	243,84	106071,00
	Total	499		
U de Mann-Whitney	11241,000			
Significância Sig. (Bilateral)				,007

Tabela 55 – Resultado do Teste U de Mann-Whitney para as variáveis seguir pessoas famosas do seu interesse e tempo gasto no *Facebook* por dia durante o fim de semana

	Utiliza o <i>Facebook</i> para que fins? [seguir pessoas famosas do seu interesse]	N	Posto Médio	Soma de Classificações
E ao fim de semana?	Sim	156	295,21	46052,00
	Não	343	229,44	78698,00
	Total	499		

U de Mann-Whitney = 19702,000
 Significância Sig. ,000
 (Bilateral)

- h) Analisar se existem associações entre os valores obtidos com a escala e variáveis sociodemográficas como a idade e as habilitações literárias.

Os resultados obtidos através da correlação de rho-spearman sugerem que apenas existe relação entre a idade e a dimensão conflito (item 6) ($\rho(499) = -115$; $P\text{-value} = 0,10$ para um nível de significância de 0,05). De facto, verifica-se que existe uma relação fraca entre as duas variáveis, havendo, portanto, uma ligeira tendência para a idade aumentar e a pontuação da dimensão conflito diminuir e vice-versa. Relativamente às outras dimensões (saliência, tolerância, modificação de humor, recaída e sintomas de abstinência), os resultados da correlação de rho-spearman evidenciaram que não existe relação com a idade.

Por fim, no que se refere às habilitações literárias com a pontuação total da escala é possível constatar através dos resultados de rho-spearman que não existe uma associação entre as variáveis.

8. Discussão de resultados

Finalizada a descrição dos dados obtidos, é altura de refletir acerca destes resultados, tendo em linha de conta a literatura já existente acerca desta temática. Relembrando, que o presente estudo, pretendeu conhecer os padrões de uso do *Facebook* numa amostra de adultos e conhecer de forma mais aprofundada as variáveis sociodemográficas que poderiam destacar-se. Passaremos a apresentar a nossa reflexão tendo em linha de conta, em primeira instância, os resultados que podem sustentar a avaliação dos padrões de uso acima referidos (pontuação total na escala, existência de adição, componentes da adição) e, em segunda instância, um conjunto de variáveis que permitem aprofundar a questão do tempo de uso.

A presente investigação, contou com a participação de 499 indivíduos, na sua maioria mulheres, o que vai de encontro a outros estudos realizados em Portugal (Veiga, Sotero, Pontes, Cunha, Portugal, Relvas, 2018; Félix, 2013; e Maia, 2014). Baker (2009) concluiu que as mulheres utilizam mais os sites de redes sociais para comunicar com os seus colegas, entreter-se e passar o tempo, ao contrário dos homens que usam esses meios com objetivos distintos, para compensação social, aprendizagem e gratificação da identidade social. No entanto, Turel, He, Xue, Xiao e Bechara (2014), assinalou na sua investigação que os homens utilizam o *Facebook* mais frequentemente do que as mulheres. Contudo, as mulheres apresentam níveis mais elevados de dependência do *Facebook* em comparação com os homens. Nesta linha, a amostra recolhida comporta-se de forma semelhante (quando falamos de horas despendidas ao fim de semana) à amostra considerada por Thompson e Loughheed (2012), em que as mulheres despendem maiores períodos de tempo no *Facebook* que os homens. Já relativamente ao tempo gasto no Facebook por dia durante a semana, constatamos que não existem diferenças significativas.

De qualquer forma, não tendo sido nossa intenção esta discrepância, poderá ter algum peso num eventual enviesamento dos dados.

Os participantes deste estudo utilizaram como meios de acesso ao *Facebook* maioritariamente o smartphone, o que se assemelha aos resultados obtidos por Félix (2013) e Alzougool (2018), e confirma que a utilização dos smartphones e tablets têm-se revelado um meio que contribui para a utilização excessiva das redes sociais (Kuss & Griffiths, 2017). Em contrapartida, Pontes, Andreassen e Griffiths (2016), constataram que a maioria dos participantes acederam à internet através do computador. Na nossa

opinião, estas questões associadas aos diferentes *gadgets* poderão ser clarificadas à medida que surgirem mais estudos neste domínio.

No que diz respeito, às horas gastas por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook*, registamos que maioria dos sujeitos respondentes gasta 1 hora ou menos com o seu uso, o que vai de encontro ao verificado por outro autor (Maia, 2014) e nos remete para padrões de uso distantes dos usualmente apresentados por utilizadores abusivos, principalmente se tivermos em conta os achados de Hong, Huang, Lin e Chiu (2014) que sublinham que quanto mais se utiliza e dispensa tempo no *Facebook*, maior é a probabilidade de existir adição.

Assim, nesta investigação encontramos 7,6% de adictos ao *Facebook*, sendo esta percentagem inferior a outros estudos que apontam valores de 38,5% (Alzougool, 2018) 14,6 % registados por Veiga, Sotero, Pontes, Cunha, Portugal e Relvas, (2018) 47%, por Jafarkarimi, Sim, Saadatdoost e Hee (2016) e 36,4% por Er, Sonmez, Aydin e Er (2017).

Tendo em consideração que existem vários fatores que definem um comportamento adictivo, mas sustentados no instrumento escolhido (BFAS), pensamos ser importante nesta análise considerar não só os critérios dos autores para que a pontuação seja reconhecida como identificadora de adição (pontuação de 3 ou mais em pelo menos 4 itens dos 6 itens), mas também o valor total da pontuação obtida neste instrumento. Neste sentido, destaca-se as diferenças estatisticamente significativas encontradas de acordo com o sexo, nas quais o sexo feminino obtém mais pontuação que o sexo masculino. Também verificamos diferenças altamente significativas de acordo com as habilitações literárias, pelo que podemos assinalar que os indivíduos com doutoramento (escolaridade máxima) foram aqueles que obtiveram uma pontuação mínima na escala, já os sujeitos com mestrado foram aqueles que obtiveram a pontuação máxima. Quanto à classe de idades, registamos que o grupo etário entre os 47-75 obteve a pontuação mínima e a classe de idade entre os 19-24 anos alcançou a pontuação máxima.

Quanto aos meios de acesso ao *Facebook* e a pontuação total da escala, verificamos que na nossa amostra não existem diferenças estatisticamente significativas.

Quando nos centramos na presença de resultados que indiciam a existência de adição ao *Facebook* (pontuação de 3 ou mais em pelo menos 4 itens) não encontramos qualquer diferença estatisticamente significativa entre os dois sexos, pelo que este

resultado vai de encontro aos resultados de alguma literatura (Jafarkarimi, Sim, Saadatdoost & Hee, 2016; Alzougool, 2018). Em contrapartida, existem outros que apontam para o facto de o nível de adição do sexo feminino ser bastante maior que o do sexo masculino (Balci & Turvaki, 2014; Turel, He, Xue, Xiao e Bechara (2014).

Relativamente à classe de idades, também não existe uma diferença estatisticamente significativa, o que vai de acordo com os resultados do estudo de Alzougol (2018). Em contrapartida Er, Sonmez, Aydin e Er (2017), no seu estudo constataram que os indivíduos com valores mais altos de adição encontram-se na faixa etária dos 21 aos 25 anos, e Jafarkarimi, Sim, Saadatdoost e Hee (2016) observaram que os indivíduos com uma proporção de adicto mais elevada são menores de 20 anos.

Também no que diz respeito às diferenças em relação à existência de adição ao *Facebook*, tendo em consideração as habilitações literárias dos participantes estas não eram estatisticamente significativas, dados que coincidem com os de Alzougool (2018).

O mesmo aconteceu quanto ao estado civil e à existência de adição ao *Facebook*, em que constatamos que não existem diferenças estatisticamente significativas, indo ao encontro dos resultados do mesmo autor (Alzougool, 2018).

Todavia, e no que diz respeito ao tempo gasto por dia durante a semana e o fim de semana no *Facebook*, quanto à existência de adição ao *Facebook*, encontramos diferenças estatisticamente significativas. Assim sendo, tal como o estudo de Alzougool, (2018) os indivíduos que passam 3 horas a 4 horas ou mais no *Facebook* apresentam uma percentagem superior de adição relativamente aos indivíduos que passam duas horas ou menos. Num outro estudo, verificou-se que os alunos que utilizam o *Facebook* entre 2 e 3 horas, entre 3 e 4 horas, e mais de 4 horas revelam um nível de adição moderada do *Facebook* (Felix,2013). Assim, quanto mais tempo se passa a navegar no *Facebook* maior é a probabilidade de adição (Jafarkami, Sim, Saadatdoost & Hee, 2016).

Na presente investigação, no que se refere aos meios de acesso e à existência ou não de adição ao *Facebook*, apuramos que não existe uma diferença estatisticamente significativa, pelo que vai de encontro aos resultados obtidos por Alzougoll, (2018).

No que diz respeito, aos objetivos de uso do *Facebook* e à existência ou não de adição observamos que existem diferenças estatisticamente significativas entre adictos e não adictos, quando estão em causa as finalidades ver perfis de outras pessoas e seguir

pessoas famosas, em que a maioria dos indivíduos que utilizam o *Facebook* para esses fins são adictos.

Referimos no início deste ponto, que os resultados seriam analisados tendo em linha de conta as variáveis que contribuíram para esclarecer os padrões de uso. Neste sentido, pareceu-nos importante estudar que dimensões do comportamento adictivo (das seis escolhidas pelos autores da escala a saber: saliência, tolerância, abstinência, modificação de humor, recaída e conflito) espelhariam diferenças quanto às variáveis sociodemográficas escolhidas. Assim, e no que diz respeito ao sexo, apuramos que apenas a saliência e a modificação de humor apresentaram diferenças significativas, sendo superiores nas mulheres relativamente aos homens. Os resultados não se encontram completamente de acordo com a literatura consultada, visto que Balci e Tiryaki, (2014) encontraram diferenças estatisticamente significativas entre o sexo e todas as dimensões da adição ao *Facebook*, ou seja, as mulheres apresentavam valores mais altos na saliência, tolerância, abstinência, modificação de humor, recaída e conflito.

Relativamente à associação entre as dimensões da adição e a idade apenas foi visível uma relação com a dimensão conflito, verificando-se desta forma que existe uma relação fraca entre essas variáveis, com uma ligeira tendência para a idade aumentar e a pontuação da dimensão conflito diminuir e vice-versa.

Continuando a aprofundar a grelha de análise dos nossos resultados passamos a apresentar aqueles que se relacionam com o tempo gasto na utilização do *Facebook*, uma vez que é um dos critérios unanimemente considerados na definição compreensiva do conceito de adição ao *Facebook* (Hong, Hung, Lin & Chiu, 2014).

No que toca ao estado civil, quando analisado de acordo com o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook*, reparamos que os viúvos passam menos tempo no *Facebook* e os sujeitos numa relação informal gastam mais tempo no mesmo. Já, no que se refere ao tempo gasto por dia durante o fim de semana, continuam a ser os viúvos que passam menos tempo, contudo relativamente a gastar mais tempo o resultado já não é o mesmo, visto que foram os solteiros a evidenciar passar mais tempo.

Relativamente à classe de idades e ao tempo gasto por dia durante a semana e ao fim de semana no *Facebook* podemos dizer que existe uma diferença altamente significativa, pelo que os indivíduos que utilizam o *Facebook* por mais tempo situam-se entre os 19-24 anos e por menos tempo entre os 47-75 anos.

Quanto aos objetivos de uso do *Facebook* e o tempo gasto por dia durante a semana no *Facebook* constatamos que existem diferenças significativas nas actividades publicar fotos/informações, jogar, conversar, fazer trabalho de grupo, ver perfis de outras pessoas, procurar trabalho, vender produtos e seguir pessoas famosas do seu interesse. A maioria dos indivíduos que utilizam o *Facebook* para esses fins passam uma hora ou menos nesta plataforma virtual. Resultados idênticos foram encontrados para o uso diário do *Facebook* no fim de semana.

Conclusão

As tecnologias de informação e comunicação têm evoluído imenso ao longo dos anos, permitindo aos indivíduos estarem em constante comunicação e adquirirem informações, somente, através de um “clique”, sendo os *smartphones*, os computadores, os *tablets* e as redes sociais, instrumentos que permitem aos sujeitos estarem em constante comunicação com o Mundo.

Todos esses instrumentos, trouxeram consigo inúmeros aspetos positivos para a vida Humana. Contudo como todas as aquisições da vida moderna também acarretaram consigo bastantes aspetos negativos, que nos dias de hoje são responsáveis por diversas situações.

Olhando para o caso específico da utilização do *Facebook*, que é a rede social mais utilizada na atualidade e a temática desta presente dissertação de mestrado, podemos dizer que o uso desta rede social se tem tornado uma preocupação, relativamente, ao uso da mesma por parte dos adolescentes, mas também não deixa de ter menos importância quanto aos adultos. Isto, reflete-se na criação/adaptação de instrumentos para o estudo desta temática, tendo já sido validadas duas versões da BFAS, uma para adolescentes (Pontes, Andreassen & Griffiths, 2016) e outra para adultos (Veiga, Sotero, Pontes, Cunha, Portugal & Relvas, 2018).

Apesar dos valores observados não serem tão assustadores como os encontrados em outros estudos não deixam de ser preocupantes quando comparados com as adições de substâncias. Segundo o Observatório Europeu de Drogas e da Toxicodependência (OEDT, 2016), 8,0 % da população portuguesa jovem adulta (15-34 anos) usa cannabis, 0,2% utiliza MDMA e 0,3% utiliza cocaína. Os nossos resultados estão próximos dos valores encontrados para a cannabis e, claramente, superiores aos das outras duas substâncias ilícitas. No entanto, e sendo possível que a adição ao *Facebook* enquanto eventual adição comportamental, não tenha ainda suscitado a atenção suficiente para se constituir como problemática, poderemos estar perante um desafio aos olhos dos profissionais da saúde mental e perante um risco inerente aos estilos de vida da contemporaneidade.

Nos dias de hoje, as novas tecnologias de comunicação e informação permitiram o aparecimento de utensílios que possibilitaram os sujeitos aceder à internet a qualquer

momento e situação, o que por sua vez facilitou o acesso às redes sociais e mais tempo de uso. A utilização da internet e das redes sociais permitiram aos indivíduos satisfazer diversas motivações e necessidades. Contudo, muitos dos sujeitos ao tentar satisfazer as suas motivações e necessidades, acabam por se envolver em demasia com as plataformas virtuais, o que por sua vez poderá originar uma adição comportamental (Adição à internet, adição ao *Facebook*, entre outras em que a internet é usada como interface).

As adições comportamentais apresentam características idênticas às adições químicas. Estas originam no indivíduo adicto uma necessidade de recorrer constantemente a determinadas atividades/substância não o levando a pensar nas consequências negativas que estas poderão provocar.

A literatura tem verificado que os indivíduos com uma adição comportamental ou química, desenvolvem alterações na libertação de dopamina e serotonina no cérebro. Ambos os tipos de adição também apresentam sintomas de saliência, tolerância, conflito, modificação de humor, abstinência e recaída. É também notório, que para haver uma adição é fundamental haver uma interação entre fatores biológicos, psicológicos e socioculturais

Os resultados do presente estudo, evidenciaram que 7,6% dos participantes são adictos. Os sujeitos adictos passam mais tempo no *Facebook* e os não adictos passam menos tempo no *Facebook*. Os sujeitos mais novos são aqueles que mais tempo passam nesta plataforma virtual. Os indivíduos solteiros e numa relação informal são aqueles que gastam mais tempo nesta rede social. As mulheres são aquelas que mais horas passam ao fim de semana no *Facebook* em comparação com os homens. Não foram encontradas diferenças significativas no que respeita à adição quanto ao sexo, às classes de idade, ao estado civil, às habilitações literárias e aos meios de acesso ao *Facebook*. No que diz respeito aos objetivos de uso do *Facebook*, a maioria dos indivíduos da nossa amostra que o utilizam para ver perfis de outras pessoas e seguir pessoas famosas evidenciaram valores de adição. Por fim, foi possível ainda apurar que a dimensão conflito demonstrou estar negativamente associada à idade, ou seja, quanto mais idade menos sintomas de conflito e vice-versa.

Apesar da importância do estudo nesta temática, existe ainda pouca informação científica dedicada a distinguir quando a sua utilização é normal ou patológica. Assim, foi nossa pretensão que este trabalho relativo à utilização do *Facebook*, pudesse contribuir

de forma positiva e no domínio da psicologia para que se possa aprofundar o conhecimento dos prós-e-contras desta plataforma virtual.

Assim como em outros estudos, foram encontradas algumas limitações que se tornam importantes mencionar, de modo a serem consideradas para futuras investigações.

Primeiramente, é importante ter em atenção que a maioria participantes são do sexo feminino, o poderá provocar um viés na expressão dos resultados.

Em segunda instância, podemos referir que ao utilizarmos somente um questionário sociodemográfico e um instrumento de autorrelato, possuímos unicamente informações advindas da percepção dos participantes. Ou seja, como o estudo se destina a avaliar os participantes quanto à utilização do *Facebook*, estes poderão não estar totalmente conscientes da forma como o utilizam, do tempo que gastam no mesmo e o que este provoca nas suas vidas.

Por último, é de realçar a falta de informação da percentagem dos adictos no artigo de Pontes, Andreassen & Griffiths (2016) aplicado a adolescentes, não permitindo efetuar comparações com a percentagem de adictos adultos encontrados no artigo de Veiga, Soeiro, Pontes, Cunha, Portugal e Relvas (2018) e no presente estudo.

Como sugestões para futuras investigações, pensamos ser importante a realização de estudos com amostras probabilísticas, para que assim se possam generalizar os resultados para a população portuguesa. Pensamos ser igualmente importante a complementação com estudos qualitativos, para que se possam aprofundar as dimensões subjetivas das experiências vividas, tão importantes na compreensão dos comportamentos aditivos em geral. Na dimensão quantitativa, é de salientar que para além da quantificação do tempo de uso do *Facebook*, deveria ser considerada a utilização de dispositivos/aplicativos de controle da utilização efetiva do *Facebook*, à semelhança do que acontece para a avaliação do tempo de ecrã usado, disponível em estudos da adição à Internet, de modo a ser possível ter uma percepção mais assertiva da quantidade de tempo gasto por cada indivíduo no mesmo.

Para finalizar, gostaríamos de realçar que a área das adições comportamentais, e em específico da adição a aplicações informáticas, tem todo um potencial de aprofundamento do conhecimento sobre o comportamento humano. Por isso, constitui um espaço privilegiado para que os psicólogos invistam o seu tempo e a sua curiosidade.

Referências bibliográficas

- Alzougool, B. (2018). The impact of motives for Facebook use on Facebook addiction among ordinary users in Jordan. *International Journal of Social Psychiatry*, 64(6), 528-535. doi: 10.1177/0020764018784616.
- Alzougool, B. (2018). Facebook Addiction among Ordinary Users in Jordan. *In 5 th European Conference on Social Media*, Ireland, 21-22 Junh. 2018 (1-7).
- Ambrosio, A. R. A., Polizei, E., Brustelo, F. & Gabriel, C. P. C. (2011). Impactos e consequências no modo de vida da sociedade contemporânea com as novas tecnologias de informação e comunicação. *Revista da Faculdade de Administração e Economia*. 3(1), 148-196.
- Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social Network Use and Personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.018.
- Andreassen, C. S., Thorsheim, T., Brunborg, G. S. & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517. doi: 10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. (2014) Social network site addiction - an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(55), 4053-4061. doi: 10.2174/13816128113199990616.
- Akter, T. & Cyprus, N. (2014). Social Media Addiction, Resistance, and Influence of Awareness: Measurement of Psychology Student Resistance to Facebook Addiction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8), 456-464.
- Atrozko, P. A., Balcerowska, J. M., Bereznowski, P., Biernatowska, A., Pallesen, S., & Schou Andreassen, C. (2018). Facebook addiction among Polish undergraduate students: Validity of measurement and relationship with personality and well-being. *Computers in Human Behavior*, 85, 329-338. doi: 10.1016/j.chb.2018.04.001.
- Bakken, I. J., Wenzel, H. G., Gotestam, K. G., Johansson, A. & Oren, A. (2009). Internet addiction among Norwegian adults: A stratified probability sample study. *Scandinavian Journal of Psychology*, 50(2), 121-127. doi: 10.1111/j.1467-9450.2008.00685.x.

- Balci, S. & Tiryaki, S. (2014). Facebook Addiction Among High School Students in Turkey. *In 10 th International Academic Conference, Vienna, 3 Junh. 2014* (119-133).
- Barak, A., & Suler, J. (2008). Reflections on the Psychology and Social Science of Cyberspace. *Psychological Aspects of Cyberspace: Theory, Research, Applications* (pp.1-12). New York: Cambridge University Press.
- Barker, V. (2009). Older Adolescents Motivations for social Networking site use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self-Esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 209-213. doi: 10.1089/cpb.2008.0228.
- Basilico, R. & Jin, C. K. (2015). Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction Among Filipino Users. *International Journal of Software Enginneering and Its Applications*, 9 (4)181-194. doi: 10.14257/ijseia.2015.9.4.19.
- Beard, K. W. & Wolf, E. M. (2001). Modification in the Proposed Diagnostic Criteria for Internet Addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 4(3), 377-383. doi: 10.1089/109493101300210286.
- Biolcati, R., Mancini, G., Pupi, V. & Mugheddu, V. (2018). Facebook Addiction: Onset Predictors. *Journal of Clinical Medicine*, 7(118), 1-12. doi:10.3390/jcm7060118.
- Body, D. M. & Elison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Body, D. (2014). *It's complicated the social lives of networked teens*. London: yale university press.
- Bojanic, I. B. & Budimir, M. (2011). Globalization and information-Communication technology development impact on the new world order. *Contemporary Legal and Economic Issues*, 3, 201-210.
- Bonds-Raacke, J. & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites. *Individual Differences Research*, 8(1), 27-33.
- Brand, M., Young, K., Laier, C., Wolfling, K. & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific internet-use disorders: An interaction of Person-Affect-

Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews* 71, 252-266. doi: 10.1016/j.neubiorev.2016.08.03.

Brown, R. I. F. (1993) Some contributions of the study of gambling to the study of other addictions. In W. R. Eadington & J. Cornelius (Eds.), *Gambling behavior and problem gambling*. (341-372). Reno, NV: Univer. of Nevada Press.

Buckman, R. (2005). Too much information? Colleges fear student postings on popular facebook site could pose security risks. In *The Wall Street Journal*, Nova York, 7 de Junho 2018.

Caci, B., Cardaci, M., Scrima, F., Tabacchin, M. E. (2017). The dimensions of Facebook addiction as measured by Facebook Addiction Italian Questionnaire and their relationships with individual differences. *Cyberpsychology, Behavior, & Social Networking*, 20(4), 251-258. doi: 10.1089/cyber.2016.0073.

Çam, E. & Isbulan, O. (2012). A new Addiction For Teacher Candidates: Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 14-19.

Campbell, A. J., Cumming, S. R. & Hughs, I. (2006). Internet use by the socially fearful: addiction or therapy. *CyberPsychology & Behavior*, 9(1), 69-81. doi: 10.1089/cpb.2006.9.69.

Chambers R. A., Potenza M. N. (2003). Neurodevelopment, impulsivity, and adolescent gambling. *Journal of Gambling Studies*, 19(1), 53–84. doi: 10.1023/A:1021275130071.

Choliz, M. (2010). Mobile Phone Addiction: a point of issue. *Addiction*, 105(2), 373-374. doi:10.1111/j.1360-0443.2009.02854.x.

Clark, M. & Calleja, K. (2008). Shopping addiction: A preliminary among Maltese university students. *Addiction Research and Theory*, 16(6), 633-649. doi: 10.1080/16066350801890050.

Correa, T., Hinsley, A. W. & Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users personality and social media use, *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253. doi: 10.1016/j.chb.2009.09.003.

Deb, S. (2014). Information Technology, Its Impact on Society and Its Future. *Advances in Computing*, 4(1), 25-29. doi:10.5923/j.ac.20140401.07.

- Delmonico, D. L. & Griffin, E. J. (2011). Cybersex Addiction and Compulsivity. In Young, K.S. & Nabuco de Abreu, C. (Eds.) *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. (3-17) New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Demetrovics, Z. & Griffiths, M. D. (2012). Behavioral Addictions: Past, present and future. *Journal of Behavioral Addictions*, 1(1), 1-2. doi: 10.1556/JBA.1.2012.1.0.
- Dhana, I. S. Y. (2013). Predictors of Facebook Addiction Among Youth: A Structural Equation Modeling (SEM). *Journal of Social Sciences*, 2(4), 186-195.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R. & Robinson, J. P. (2001). Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336. doi: 10.1146/annurev.soc.27.1.307.
- Donovan, D. M., & Marlatt, G. A. (Eds.) (2005). *Assessment of addictive behaviors* (2nd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Durkee, T., et al. (2012). Prevalence of pathological internet use among adolescents in Europe: demographic and social factors. *Addiction*, 107(2), 2210-2222. doi: 10.1111/j.1360-0443.2012.03946.x.
- Echeburúa, E. & Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Addiciones*, 22(2), 91-96.
- Elison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Student ‘Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.
- Elphinston, R. A. & Noller, P. (2011). Time to Face it! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. 14(11), 631-635. doi: 10.1089/cyber.2010.0318.
- Er, F., Sonmez, H., Aydin, S., Er, G. (2017). Usage of Facebook among Open Education Students. *International Journal for Infonomics*, 10(3), 1341-1349.
- Félix, F. C. O. D. (2013). *A dependência do Facebook dos estudantes do ensino Superior*. Dissertação de Mestrado, Lisboa School of economics & Management, Portugal.
- Ferreira, P. & Monteiro, A. F. (2009). Riscos de Utilização das TIC. *Revista de educação*, 1(1), 88-99.

- Filho, F. C. & Santos, L. A. (2015). O segundo Ecrã e a Informação: História, Definição e Pistas para um Futuro. *Comunicação e Sociedade*, 28, 191-210. doi: 10.17231/comsoc.28(2015).2277.
- Fisher, S. (1994). Identifying video game addiction in children and adolescent. *Addictive Behaviors*, 19(5), 545-553. doi: 10.1016/0306-4603(94)90010-8.
- Fogel, J. & Nehmad, E. (2009). Internet Social Network Communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153-160. doi: 10.1016/j.chb.2008.08.006.
- Grant, J. E., Potenza, M.N., Weinstein, A. & Gorelick, D. A. (2010). Introduction to Behavioral Addictions. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 233-241. doi: 10.3109/00952990.2010.491884.
- Griffiths, M.D. (1995). Technological Addictions. *Clinical Psychology Forum*. 76, 14-19.
- Griffiths, M. D. (1996). Nicotine, tobacco and addiction. *Nature*, 384(6605), 18-18 doi: 10.1038/384018a0
- Griffiths, M. D. (1997). Exercise Addiction: A case study. *Addiction Research*, 5(2), 161-168. doi: 10.3109/16066359709005257.
- Griffiths, M. D. (1999a). Gambling technologies: Prospects for problems gambling. *Journal of Gambling Studies*, 15(3), 265-283. doi: 10.1023/A:1023053630588.
- Griffiths, M. D. (1999b). Internet addiction: Internet fuels other addiction. *Student British Medical Journal*, 7, 428-429.
- Griffiths, M. D. (1999c). Internet addiction: fact or fiction? *The British Psychologist Society*, 12, 246-250.
- Griffiths, M. D. (2002). *Gambling and gaming addictions in adolescence*. Leicester, British Psychological Society Blackwell.
- Griffiths, M. D. (2003). Internet gambling: Issues, concerns, and recommendations. *Cyberpsychology & Behavior*, 6(6), 557-568. doi: 10.1089/109493103322725333.

Griffiths, M.D. (2004). Betting your life on it: Problem gambling has clear health related consequences. *British Medical Journal*, 329(7474), 1055-1056. doi:10.1136/bmj.329.7474.1055.

Griffiths, M. D. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. doi: 10.1080/14659890500114359.

Griffiths, M. D. (2012a). Internet sex addiction: A review of empirical research. *Addiction Research & Theory*, 20(2), 111-124. doi: 10.3109/16066359.2011.588351.

Griffiths, M. D. (2012b). Facebook addiction: concerns, criticism, and recommendations-a response to Andreassen and Colleagues. *Psychological Reports*, 110(2), 518-520. doi: 10.2466/01.07.18.PR0.110.2.518-520.

Griffiths, M. D., Kuss, D. J. & Demetrovics, Z. (2014). Social Networking Addiciton: An Overview of Preliminary Findings. In Roserberg, K., Feder, I. (Eds.), *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence and Treatment* (pp. 119-141) Elseview: New York.

Griffiths, M. D., Pontes, H. M., Kuss, D. (2015). The clinical psychology of Internet addiction: A review of its conceptualization, prevalence, neuronal processes, and implications for treatment. *Neuroscience and Neuroeconomics*. 4, 11-23. doi: 10.2147/NAN.S60982.

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks (The Facebook case). Workshop on Privacy in the Electronic Society, Pittsburgh. Acedido em julho 7, 2018, em <https://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-facebook-gross-acquisti.pdf> .

Guedes, E., Nardi, A. E., Guimarães, F. M. C. L., Machado, S. & King, A. L. (2016). Social networking, a new online addiction: a review of Facebook and other addiction disorders. *Medical Express*, 3(1), 1- 6. doi: 10.5935/MedicalExpress.2016.01.01.

Hong, F.Y., Huang, D. H., Lin, H.Y. & Chiu, S.L. (2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31(4), 597-606. doi: 10.1016/j.tele.2014.01.001.

Hou, H., Jia, S., Hu, S., Fan, R., Sun, W., Sun, T. & Zhang, H. (2012). Reduced Striatal Dopamine Transporters in People With Internet Addiction Disorder. *Journal of Biomedicine and Biotechnonology*, 2012, 1-5. doi: 10.1155/2012/854524.

Instagram (2010). Our Story. *Instagram Press*. Acedido em julho 7, 2018, em <https://instagram-press.com/our-story/>.

INE. (2018). Proporção de indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que utilizaram Internet diariamente nos primeiros 3 meses do ano. Acedido em setembro 9, 2018, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009678&contexto=bd&selTab=tab2.

INE. (2013). Proporção de indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que utilizam telemóvel (%) por Tipo de telemóvel utilizado. Acedido em setembro 9, 2018, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0006012&contexto=bd&selTab=tab2.

Jafarkarimi, H. Sim, A. T. H. Saadatdoost, R. & Hee, J. M. (2016). Facebook Addiction Among Malaysian Students. *International journal of information and education technology*, 6(6), 465 - 469. doi: 10.7763/IJiet.2016.V6.733.

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the word, unite! The challenges and opportunities of Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Kartz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. doi: 10.1086/268109.

Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2). 164-181. doi: 10.2307/2094393.

Kaul, A. (2003). *Effective business communication*. New Delhi: Prentice-Hall of India.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Bussiness Horizons*, 54(3). 241-251. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005.

Kirkpatrick, D. (2010). O efetio Facebook: Os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Acedido em maio 23, 2018, em

http://projeto.camisetafeitadepet.com.br/imagens/banco_imagem_livros/17_livro_site.pdf.

Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1237-1245. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.024.

Kohn, K. & Mores, C. H. (2007). O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceito e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. Intercom - *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Acedido em maio 6, 2018, em <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>.

Koob, G. F., Kandel, D., Volkow, N. D. (2008). Pathophysiology of addiction. In: Tasman, A., Kay, J., Lieberman, J. A., First, M. B. & Maj, M. (eds). *Psychiatry* (3 ed) (369-391). Wiley: Chichester.

Kuss, D. J. & Griffiths M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction – A Review of the Psychological Literature. *Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. doi: 10.3390/ijerph8093528.

Kuss, D. J. & Griffiths, M. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *Internacional Journal of Evironmental Research and Public Health*. 14(3), 1-17. doi: 10.3390/ijerph14030311.

Largato, J. R., & Marquês, H. (2015). *Tablets – Mudando paradigmas do ensinar e do aprender*. Acedido em abril 14, 2018, em www.uceditora.ucp.pt/.../TABLETS%20E%20CONTEÚDOS%20DIGITAIS.pdf.

Lopes, C. G. & Vas, B. B. (2016). O Uso Pedagógico do Whatsapp no Ensino de História. *Congresso Internacional de História*. Novas Edistemes e Narrativas contemporâneas. 27-29.

Lortie, C. L. & Guitton, M. J. (2013). Internet Addiction assessment tools: dimensional structure and methodological status. *Society for the study of Addiction*, 108(7), 1207-1216. doi: 10.1111/add.12202.

Luscher, C. & Malenka, R. C. (2011). Drug-evoked synaptic plasticity in addiction: from molecular changes to circuit remodeling. *Neuron*, 24(4), 650-663. doi: 10.1016/j.neuron.2011.01.017.

- Marlatt, G. A., Baer, J. S., Donovan, D. M. & Kivlahan, D. R. (1988). Addictive Behaviors: Etiology And Treatment. *Annual Review Psychology*, 39, 223-252. doi: 10.1146/annurev.ps.39.020188.001255.
- McNicol, M. L. & Thorsteinsson, E. B. (2017). Internet Addiction, Psychological Distress, and Coping Responses Among Adolescents and Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 296-304. doi: 10.1089/cyber.2016.0669.
- Medenica, S., Racic, M. & Joksimovic, V. (2015). Internet and Computer Addiction: “new age” disease of the 21st centurt. *Biomedicinska Istrazivanja*, 6(1), 69-75. doi: 10.7251/BII1501069M.
- Mitchell, P. (2000). Internet Addiction: Genuine diagnosis or not?. *The Lancet*. 355(9204), 632. doi: 10.1016/S0140-6736(05)72500-9.
- Morahan-Martina, J. and Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16, 13-29. doi: 10.1016/S0747-5632(99)00049-7.
- Nadkarni, A. & Hofmann, S. G. (2010). Why Do People Use Facebook. *Personality and Individual Differences*, 52(3),243-249. doi: 10.1016/j.paid.2011.11.007.
- Nicolaci-da-Costa, A. M. (2003). Ciberespaço: Nova Realidade, Novos Perigos, Novas Formas de Defesa. *Psicologia Ciência e Profissão*, 23(2), 66-75. doi: 10.1590/S1414-98932003000200010.
- ODET (2016). The drugs problem in Portugal at a glance. ODET. Acedido janeiro 17, 2019, em http://www.emcdda.europa.eu/countries/drug-reports/2018/portugal_en.
- Othman, Z. & Lee, C. W. (2017). Internet Addiction and Depression among College Students in Malaysia. *International Medical Journal*, 24(6), 447-450.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A discrepancy approach. *Communication Research*, 6(2), 155-179. doi: 10.1177/009365027900600203.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7(2), 161-192. doi: 10.1177/009365028000700202.

Papacharissi, Z., & Rubin, A.M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196. doi: 10.1207/s15506878jobem4402_2.

Peukert, P., Sieslack, S. Barth, G. & Batra, A. (2010). Internet and computer games addiction: phenomenology, comorbidity, etiology, diagnostics and therapeutic implications for the addictive and their relatives. *Psychiatr Prax*, 37(5), 219-224. doi: 10.1055/s-0030-1248442.

Pontes, H. M., Andreassen, C. S. & Griffiths, M. D. (2016). Portuguese Validation of the Bergen Facebook Addiction Scale: an Empirical Study. *International Journal Mental Health and Addiction*, 14(6), 1062-1073. doi: 10.1007/s11469-016-9694-y.

Pornsakulvanich, V. (2017). Excessive use of Facebook: The influence of self-monitoring and Facebook usage on social support. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 1-6. doi: 10.1016/j.kjss.2017.02.001.

Recuero, R. (2007). Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. In *VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul*. Passo Fundo.

Riva, G, Wiederhold, B.K. & Cipresso, P. (2016). Psychology of social media: From technology to identity. In Riva, G., Wiederhold, B.K., Cipresso, P. (Eds.). *The Psychology of Social Networking: Personal Experience in Online Communities*. (4-14): Warsaw, Poland: De Gruyter Open.

Robbins, T. W. & Clark, L. (2015). Behavioral addictions. *Current Opinion in Neurobiology*, 30, 66-72. doi: 10.1016/j.conb.2014.09.005.

Rocio, V. (2010). *Tecnologia da Informação e Comunicação*. Acedido em abril 14, 2018 em <http://hdl.handle.net/10400.2/1586>.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneau, J. M. Simmering, M. G. & Orr, R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586. doi: doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.024.

Ryan, T. & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27 (5), 1658-1664. doi: 10.1016/j.chb.2011.02.004.

- Ryan, T., Chester, A. Reece, J. & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook Addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. doi: 10.1556/JBA.3.2014.016.
- Saied, S. M., Elsabagh, H. M. & El-Afandy, A. M. (2016). Internet and Facebook addiction among Egyptian and Malaysian medical students: a comparative study, Tanta University, Egypt. *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 3(5), 1288-1297. doi: 10.18203/2394-6040.ijcmph20161400.
- Sarmiento, A. & Eckert, C. (2006). Desvendando múltiplas máscaras do jogo social no mundo virtual: Estudo antropológico sobre o fenômeno do Orkut. *Revista Iluminuras*, 7(16), 4-21. doi: 10.22456/1984-1191.9252.
- Sherman, E. (2011). *Facebook addiction: Factors influencing an individual's addiction*. Master's thesis, University of Massachusetts Boston, Boston.
- Shonin, E., Gordon, V. W. & Griffiths, M. D. (2014). Practical tips for teaching mindfulness to children and adolescents in school-based setting. *Education and Health*, 32(2), 69-72.
- Siomos, K. E., Dafouli, E. D., Braimiotis, D. A., Mouzas, O. D. & Angelopoulos, N. Internet Addiction among Greek Adolescent Students. *CyberPsychology & Behavior*, 11(6), 653-657. doi: 10.1089/cpb.2008.0088.
- Slutske, W. S. (2006). Natural Recovery and Treatment-Seeking in Pathological Gambling: Results of Two U.S. National Surveys. *American Journal Psychiatry*, 163(2), 297-302. doi: 10.1176/appi.ajp.163.2.297.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C. & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a Toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27, 2322-2329. doi:10.1016/j.chb.2011.07.011.
- Snapchat (2013). Recent Addictions to Team Snapchat. Snap Inc. Acedido em julho 7, 2018, em <https://www.snap.com/pt-BR/news/page/8/>.
- Suler, J. R. (1999). To Get What You Need: Healthy and Pathological Internet Use. *CyberPsychology & Behavior*, 2(5), 385-393. doi: 10.1089/cpb.1999.2.385.

Steggink, B. (2015). *Facebook Addiction: Where does it come from? A study based on the Bergen Facebook Addiction Scale*. Master, University of Twente – Department of Communication Science, Netherlands.

Stutzman, F. (2006). An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities. Paper presented at the iDMAa and IMS Code. Conference, Oxford, Ohio. doi:10.1.1.91.617.

Tang, J. R. & Livingston, M. (2012). Correlation between Facebook Usage and Loneliness and Depression. *The Hong Kong Psychological Society Annual Conference*, Hong Kong, 16 jun. 2012.

Tao, R., Huang, X., Wang, J., Zhang, H., Zhang, Y., & Li, M. (2010). Proposed diagnostic criteria for internet addiction. *Addiction*, 105(3), 556-564. doi: 10.1111/j.1360-0443.2009.02828.x.

Thadani, D. R., Cheung, C. M. K. & Lee, Z. W. Y. (2016). Social Networking Site Addiction *The Cognitive Bias Perspective*. In *Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)*, China, 27 Junh. 2016 (1-11).

The Statistics Portal. (2018). Most famous social network sites worldwide as of April 2018, ranked by number of Actives users (in millions). *The Statistics Portal*. Acedido junho 1, 2018, em <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

Thompson, S. H. & Loughheed, E. (2012). Frazzled by Facebook? An Exploratory Studey of Gender Differences in Social Network Communication in Social Network Communication Among Undergraduate Men And Women. *College Student Journal*, 46(1), 88-98.

Tosun, L. P. (2012). Motives for Facebook use and Expressing “true self” on the internet. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1510-1517. doi: 10.1016/j.chb.2012.03.018.

Turel, O. & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528. doi.org/10.1057/ejis.2012.1.

Turel, O., He, Q., Xue, G., Xiao, L. & Bechara, A. (2014). Examination of Neural Systems sub-serving Facebook “Addiction”. *Psychological Reports: Disability & Trauma*, 115(3), 675-695. doi: 10.2466/18.PR0.115c31z8.

Uddln, S. & Mamun, A. A. (2018). Facebook Addiction Disorder: Is Facebook Really Addictive. *Abnormal and Behavioural Psychology*, 4(1), 1-2. doi: 10.4172/2472-0496.1000135.

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents’ well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(5), 584-590. doi: 10.1089/cpb.2006.9.584.

Vaz, A. C. G. P. (2010). *As Tecnologias de Informação e Comunicação e a Inclusão dos Jovens no Processo de Globalização: Proposta de Cooperação Portugal – PALOP*. Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Economia e Gestão – Universidade Técnica de Lisboa, Portugal.

Veiga, G. F., Sotero, L., Pontes, H. M.Cunha, D., Potugal, A. & Relvas, A. P. (2018). Emerging Adults and Facebook Use: the Validation of the Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS). *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi:10.1007/s11469-018-0018-2.

Maio, V. C. T. M. (2014). *Psicopatologia e Adição em Utilizadores do Facebook*. Dissertação de Mestrado, Universidade Lusófona do Porto, Portugal.

Volkow, N. D. & Li, T. K. (2004). Drug addiction: the neurobiology of behavior gone awry. *Nature Reviews Neuroscience*, 5(12), 963-970. doi: 10.1038/nm1539.

Weinstein, A. & Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use, *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*. 36, 277-283. doi: 10.3109/00952990.2010.491880.

Winkler, A., Dorsing, B. Rief, W., Shen, Y. & Glombiewski, J. A. (2013). Treatment of internet addiction: A meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, 33(2), 317-329. doi: 10.1016/j.cpr.2012.12.005.

Xu H., Tan B.C.Y. (2012). Why do I keep checking Facebook: Effects of message characteristics on the formation of social network services addiction. *In Proceedings of*

the Thirty Third International Conference on Information Systems. Orlando, FL, USA. 16–19.

Young, K. S. (1996a). Internet Addiction: The emergence of a new clinical disorder, *CyberPsychology and Behavior*. 1(3), 237-244. doi:10.1089/cpb.1998.1.237.

Young, K. S. (1996b). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79(3, Pt 1), 899-902. doi: 10.2466/pr0.1996.79.3.899.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237-244. doi: 10.1089/cpb.1998.1.237.

Young, K. (1999). Internet addiction: Evaluation and treatment. *Student British Medical Journal*, 7, 351–352. doi: 10.1136/sbmj.9910351.

Young, K. (2007). Cognitive Behavior Therapy with Internet Addicts: Treatment Outcomes and Implications. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 671-679. doi: 10.1089/cpb.2007.9971.

Young, K. S. (2009). Internet Addicition: Diagnostic and Treatment considerations. *Journal Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241-246. doi: 10.1007/s10879-009-9120-x.

Young, Yue & Ying. (2011). Prevalence Estimates and Etiologic Models of Internet Addiction. In Young, K.S. & Nabuco de Abreu, C. (Eds.) *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. (3-17) New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

Zhou, Y., Lin, F., Du, Y., Qin, L., Zhao, Z., Xu, J. & Lei, H. (2011). Gray matter abnormalities in Internet addiction: A voxel-based morphometry study. *European Journal of Radiology*. 79(1), 92-95. doi: 10.1016/j.ejrad.2009.10.025.

ANEXOS

Anexo A – Autorização da Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa



Universidade Fernando Pessoa
www.ufpp.pt

*Das conclusões à
ética e orientadora.*
[Assinatura]
23/05/2018

Exma. Senhora
Prof. Doutora Inês Gomes
Diretora da FCHS

Porto, 15 de Maio de 2018

Exma. Senhora Prof. Doutora,

A Comissão de Ética, depois de reapreciado o Projeto de Mestrado em Psicologia, intitulado "Avaliação da utilização do Facebook numa amostra de adultos", de Sara Edite de Amias Araujo, considera nada haver a opor ao mesmo, visto que foram atendidas as questões colocadas pelo parecer anterior. Recomenda, contudo, que o português do segundo parágrafo do cabeçalho do questionário seja revisto, pois contém erros gramaticais.

Com os melhores cumprimentos.

A Vice-Presidente da
Comissão de Ética da UFP

[Assinatura]
Teresa Martinho Toldy



Fundação Ensino e Cultura "Fernando Pessoa"

9101 2021 0027 - Rua Santa Helena, 100 - 4100-050 Porto - Portugal

RUAFCHS - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - 1.º e 2.º Andares - Edifício de Serviços - Rua Santa Helena, 100 - 4100-050 Porto - Portugal

Faculdade de Ciências da Saúde - 1.º e 2.º Andares - Edifício de Ciências da Saúde - Rua Santa Helena, 100 - 4100-050 Porto - Portugal

1.º e 2.º Andares - Edifício de Ciências da Saúde - Rua Santa Helena, 100 - 4100-050 Porto - Portugal

Anexo B – Consentimento Informado

Avaliação da Utilização do Facebook Numa amostra de Adultos

Este projeto destina-se à elaboração de um trabalho de investigação como parte integrante da obtenção do Grau de Mestre em Psicologia Clínica e da Saúde da autoria de Sara Araújo, sob orientação da Prof^a Doutora Zélia Teixeira, da Universidade Fernando Pessoa.

O presente estudo tem como objetivo avaliar os padrões de uso da rede social Facebook (do uso pontual à adição) numa amostra de adultos portugueses, com o intuito de caracterizar diferentes formas de envolvimento com esta plataforma virtual.

As questões que se seguem deverão ser respondidas por sujeitos com idade superior aos 18 anos, portugueses, utilizadores do Facebook e com mais de que o 1º ciclo de escolaridade.

A participação no preenchimento é voluntária e em caso de desistência não ocorrerão quaisquer consequências para o participante. Os dados disponibilizados são confidenciais e anónimos e serão destruídos no final da investigação. O preenchimento demorará cerca de 10 minutos. O acesso aos dados e resultados só é possível pelos investigadores envolvidos, pelo que solicitamos a sua colaboração através do preenchimento do questionário que se segue.

No presente inquérito não existem respostas certas ou erradas, visto ser relativo à sua experiência pessoal. Caso existam quaisquer questões adicionais sobre o estudo, deverão ser endereçadas para a morada de correio eletrónico 29279@ufp.edu.pt.

Obrigada pela sua colaboração.

Declaração de Aceitação

Aceito de livre vontade participar neste estudo intitulado de Avaliação da Utilização do Facebook numa Amostra de Adultos. Declaro que compreendi os termos de apresentação e participação no estudo acima mencionados e que me foram explicados o objetivo e os métodos do mesmo, pelo que consinto a participação no estudo, respondendo às questões propostas e permitindo que as informações por mim prestadas sejam utilizadas nesta investigação. Estou consciente de que posso desistir de participar a qualquer momento, sem que daí resulte para mim qualquer prejuízo e tenho

conhecimento de que a informação obtida neste estudo será estritamente confidencial, sendo a minha participação anónima e que o acesso aos dados e resultados só é possível pelos investigadores envolvidos.

Anexo C – Autorização para a utilização da Escala de Adição ao Facebook de Bergen

13/01/2018

Google Apps da Universidade Fernando Pessoa Correio - Fwd:



Sara Edite de Antas Araujo

Fwd:

ZéliaUF >
Para: Sara Edite de Antas Araujo

12 de janeiro de 2018 às 11:46

Com os melhores cumprimentos,

From: Halley Pontes >
Date: 2018-01-11
14:02 GMT+00:00
Subject: Re:
To: Zelia Teixeira

Cara Dra. Zélia Teixeira

Obrigado pelo seu email. Pode utilizar a escala sem problemas. No entanto, agradeço que me envie uma cópia do trabalho final quando possível. Toda a informação sobre a versão portuguesa da BFAS que me solicitou está descrita no estudo publicado do qual deixo em anexo (página 1071). Cpts

Dr. Halley Pontes
[Nottingham Trent University](http://www.nottingham.ac.uk)
50 Shakespeare Street, Nottingham, NG1 4QF

On Thu, Jan 8, 2018 at 10:24 PM, Zélia Teixeira wrote: Dear professor Halley Pontes

My name is Zélia Teixeira and I am a teacher of Psychology master degree at the Fernando Pessoa University, at Oporto, Portugal. Along with some students and psychology colleagues we are part of a research group that is focused in the study of human behavior related to new technologies and online social networks. We've find your paper about the portuguese validation of the Bergen Facebook addiction Scale: an empirical study very interesting and we would like to know if you are available to give us the permission to use it, in a portuguese sample of young adults. If you agree we would like to ask you if you are willing to send us the final version of the scale and the instructions. Our group is constituted by Isabel Silva (Clinical Psychologist, Phd); Luis Santos (Clinical Psychologist, Phd), Sara Araújo (Psychology Master degree student) and myself, Zélia Teixeira (Clinical Psychologist, Phd).

Hoping to ear from you soon, please accept our best regards

https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=e040022538&jsver=Ch5LYfX7O1M.pt_PT.&view=pt&msg=160ea30fbd842f08&search=inbox&siml=160... 1/2 13/01/2018 Google Apps da Universidade Fernando Pessoa Correio - Fwd:



BFAS_PT.pdf

359K

https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=e040022538&jsver=Ch5LYfX7O1M.pt_PT.&view=pt&msg=160ea30fbd842f08&search=inbox&siml=160... 2/2

Anexo D – Questionário Sociodemográfico

1. Sexo: () Masculino () Feminino
2. Idade: _____
3. Habilitações literárias: () 2º ciclo () 3º ciclo () Secundário () Licenciatura
() Mestrado () Doutoramento
4. Se se encontra na faculdade que curso frequenta: _____
5. Estado Civil: () Solteiro/a () Casado/a – União de Facto () Divorciado/a –
Separado () Viúvo/a () Numa Relação Informal
Outra situação? _____
6. Tem conta no Facebook: () Sim () Não
7. Geralmente acede ao Facebook através de que meio?
() smartphone () computador () Tablet
8. Em média quanto tempo utiliza o Facebook por dia durante a semana?
() 1 hora ou menos () 2 horas () 3 horas () 4 horas ou mais
9. E ao fim de semana?
() 1 hora ou menos () 2 horas () 3 horas () 4 horas ou mais
10. Utiliza o Facebook para que fins?
(..) Publicar informações/ fotos () Jogar () Conversar () Fazer trabalhos de
grupos () Ver perfis de outras pessoas () Procurar trabalho () Vender
produtos () Seguir pessoas famosas do seu interesse Outra situação? _____