

Samantha Alves Dias



Integração do Uso de Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano

Universidade Fernando Pessoa
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2019

Samantha Alves Dias



Integração do Uso de Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano

Universidade Fernando Pessoa
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2019

Samantha Alves Dias



Integração do Uso de Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano

Samantha Alves Dias

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Psicologia, com especialização em Psicologia Clínica e da Saúde, sob a orientação da Professora Doutora Isabel Silva.

Resumo

As redes sociais são caracterizadas como sites online que operam em vários níveis e que permitem compartilhar informações. O presente trabalho organiza-se em duas partes. A primeira parte consiste num artigo de revisão da literatura que teve como objetivo descrever o uso das redes sociais, perceber se existe uma integração das redes sociais nas rotinas diárias e descrever a perceção da conexão emocional que decorre desse uso. A análise dos resultados verificou que os indivíduos descrevem o uso das redes sociais como sendo parte integrante das rotinas diárias. Quanto à descrição da perceção da conexão emocional que decorre do uso das redes sociais, os resultados indicam que o envolvimento nas redes sociais aponta: uma maior propensão para os indivíduos serem extrovertidos e narcisistas; e a não utilização do Facebook aponta uma maior propensão a os indivíduos serem conscientes, tímidos e socialmente solitários. Neste sentido, os resultados revelaram que a utilização das redes sociais pode auxiliar na redução da solidão e por último, constatou-se que a utilização de grupos do Facebook no trabalho tem um impacto significativo na obtenção de apoio emocional. A segunda parte integra um artigo de natureza empírica, assenta num estudo quantitativo que teve como objetivo verificar se existe uma associação entre o sexo, idade, atividade profissional e escolaridade e a integração do uso das redes sociais nas rotinas diárias, bem como entre essas variáveis e a perceção emocional que decorre desse uso e perceber a forma como os indivíduos descrevem o uso das redes sociais, se integram as redes sociais nas suas rotinas diárias e analisar a perceção da conexão emocional que decorre desse uso; e, por último, analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso de redes sociais e a satisfação com a vida em adultos portugueses. Os resultados indicam que, globalmente, os indivíduos avaliados integram o Instagram nas suas rotinas diárias, utilizando-o todos os dias, num tempo de uso correspondente entre 2 horas ou mais, confirmou-se também a existência de uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso do Instagram e a satisfação com a vida.

Palavras-chave: redes sociais; Instagram; conexão emocional; integração; adultos; Portugal

Abstract

Social networks are characterized as online sites that operate at various levels and allow sharing information. This paper is organized in two parts. The first part consists of a systematic review paper that aimed to describe the use of social networks, to understand if there is an integration of social networks in the daily routines and to describe the perception of the emotional connection that results from this use. The analysis of the results allowed to verify that the individuals describe the use of the social networks as being an integral part of the daily routines. As for the description of the perception of the emotional connection that results from the use of social networks, the results indicate that the involvement in social networks is associated to a greater propensity for individuals to be extroverted and narcissistic, it was also found that non-use of Facebook points to a greater propensity for individuals to be aware, shy and socially lonely. In this sense, the results revealed that the use of social networks can help reduce social loneliness and, finally, it was found that the use of Facebook groups at work has a significant impact on obtaining emotional support. The second part includes a paper on an empirical study, based on a quantitative study which aimed to verify if there is an association between the gender, age, professional activity and school level integration of the use of social networks in daily routines, as well as between those variables and the emotional perception that derives from this use; to understand the way individuals describe the use of social networks, integrate social networks into their daily routines, and analyze the perception of the emotional connection that results from this use; to analyze whether there is a statistically significant relationship between integration of social networks and satisfaction with life in Portuguese adults. The results indicate that, in a general way, participants integrate Instagram into their daily routines, using it every day, in a time of corresponding use between 2 to 3 hours daily and more than 3 hours, it was also confirmed the existence of a statistically significant relationship between the integration of the use of Instagram and satisfaction with life.

Keywords: social media; Instagram; emotional connection; integration; adults; Portugal

Agradecimentos

À Professora Doutora Isabel Silva, orientadora da dissertação, por toda a dedicação, por todo o apoio e disponibilidade que me concedeu e pela aprendizagem ao longo deste tempo. Pela paciência e pela motivação incansável, a minha enorme gratidão.

Aos meus pais e à minha irmã pelo apoio e pela motivação, por me permitirem realizar este sonho, e por outros tantos motivos inumeráveis, estarei eternamente grata.

À Gorete e à Sofia pelo apoio demonstrado nas mais variadas formas, pela motivação, por estarem sempre presentes, o meu sincero obrigada, a vocês e ao destino por me conceder a imensa sorte de vos ter na minha vida.

À Joana pela tranquilidade, pelo porto seguro, pelo dom da palavra, por todo o apoio, por sempre atenuar as minhas fraquezas e reforçar as qualidades e à Natacha pelo apoio incansável, pelo companheirismo, um enorme obrigada.

À Daniela e à Sofia que acompanharam o percurso da minha vida académica desde o início, um forte agradecimento, o vosso apoio e a vossa amizade é de um valor extremo para mim.

A todos que participaram e apoiaram o presente projeto, Muito Obrigada!

Índice

Resumo	i
Abstract	ii
Agradecimentos	iii
Índice de Figuras.....	v
Índice de Quadros	vi
Lista de Siglas e Abreviaturas	vii
Introdução.....	1
Integração do uso de redes sociais por adultos no seu cotidiano: Uma revisão sistemática	4
Integração do uso do Instagram por adultos no seu cotidiano:	22
Estudo Empírico.....	22
Referências	56

Índice de Figuras

- **Artigo I - Integração do Uso das Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano: Uma revisão da sistemática**

Figura 1 – Fluxograma dos critérios de seleção dos artigos para a revisão sistemática

Índice de Quadros

- **Artigo I - Integração do Uso das Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano: Uma revisão da sistemática**

Quadro 1 – Artigos incluídos na revisão sistemática ($n=5$)

- **Artigo II – Integração do Uso das Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano**

Quadro 1 – Caracterização da amostra

Quadro 2 – Estatística descritiva da amostra total

Quadro 3 – Diferenças entre sexos

Quadro 4 – Correlação entre a idade e variável Conexão Emocional e Rotinas Diárias

Quadro 5 – Escolaridade

Quadro 6 – Atividade Profissional

Quadro 7 – Frequência de uso do Instagram

Quadro 8 – Tempo de uso do Instagram

Quadro 9 - Correlação entre a variável Conexão Emocional e da variável Integração do uso das redes sociais face à variável Satisfação com a vida com o Instagram

Lista de Siglas e Abreviaturas

B-ON – Biblioteca do Conhecimento Online

INE – Instituto Nacional de Estatística

IWS – *Internet World Stats*

SMUIS – *Social Media Use Integration Scale*

SPSS - *Statistical Package for Social Sciences*

Introdução

De acordo com Moreira, Oliveira e Gomes (2013), a comunicação no ambiente virtual trouxe possibilidades que até então não existiam. O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Esta nova era da comunicação surge então para reconfigurar os espaços já conhecidos, assim como a estrutura da sociedade. Entram as denominadas redes sociais, que permitem a criação e o compartilhamento coletivo de informações e conteúdos. Grandes redes sociais, como o Facebook, reúnem milhões de membros e uma quantidade crescente de funções, que permitem a interação entre as pessoas de diversas formas. Para Santana et al. (2009), as redes sociais são um sistema eletrônico de comunicação de alcance global, que possibilita a integração de todos os meios de comunicação, possuem interatividade e suscitam a participação dos envolvidos para compartilhar informações, fatos e experiências.

O cotidiano dos indivíduos apresenta cada vez maior similaridade na forma de agir e se comportar em relação às novas tecnologias. Vive-se a cultura do compartilhamento de ideias, informações e emoções. A vida torna-se cada vez mais virtualizada (Gasque, 2016). Segundo Bojovic et al. (2017), o uso de rede sociais, como o *Facebook*, *MySpace* e *Twitter*, universalizou-se nos últimos anos. Para muitos, o uso dessas redes sociais tornou-se rotina diária e particularmente para as gerações mais jovens, tornou-se uma parte integrante das suas vidas sociais.

O número de utilizadores de Internet, em Portugal, tem vindo a crescer bastante nos últimos. De acordo com os dados estatísticos apresentados pela Internet World Stats – IWS (2014), no ano 2000 apenas 24,2% da população portuguesa utilizava a Internet, uma diferença muito significativa face aos 62,1% de utilizadores registados no final do ano de 2013. De igual modo, os dados apurados pela OberCom (2014) confirmam que os números de acessos à Internet nos agregados domésticos em Portugal têm vindo a subir de forma regular nos últimos anos (OberCom, 2014). Segundo o estudo, foi possível verificar também que a utilização da Internet por parte dos portugueses é feita essencialmente de forma diária, sendo que quanto maior a idade dos indivíduos, maior tende a ser a taxa de não utilização. O mesmo estudo também verificou que as funcionalidades mais utilizadas entre os utilizadores de redes sociais em Portugal dizem respeito à comunicação direta com outros utilizadores.

De acordo com a Marktest Consulting (2017), a rede social com maior penetração em Portugal é o Facebook com 95,5% de referências, seguindo-se o Instagram (50,2%), o WhatsApp (48,1%), o Youtube (45,9%), o Google+ (35,4%) e o LinkedIn (30,8%). O Instagram foi, entre as redes de maior penetração, a que teve um maior aumento relativo face ao ano anterior, ocupando agora a segunda posição (Marktest Consulting, 2017).

O interesse desta investigação ajusta-se a uma crescente utilização das redes sociais por parte dos indivíduos. Neste sentido, compreender melhor a temática e o seu impacto torna-se essencial, seja pela presença no dia-a-dia, pelas motivações de uso, que, segundo Bojovic et al. (2017), existe uma compreensão bastante limitada do porquê de as pessoas utilizarem as redes sociais.

Jenkins-Guarnieri, Wright, e Johnson (2013) realizaram uma investigação com dados recolhidos apenas com participantes que usufríssem de uma conta no Facebook. No estudo realizado pelos autores foi utilizado como instrumento de avaliação a Social Media Use Integration Scale (SMUIS). Este instrumento foi desenvolvido, primeiramente, para medir o uso do Facebook, contudo, tornou-se também adequado para medir outras formas de uso de redes sociais. Assim, os autores referem a necessidade de pesquisas adicionais para determinarem a adequação da escala SMUIS à utilização com outras populações de utilizadores de redes sociais. Atendendo a essas necessidades considerou-se importante realizar a adaptação da escala SMUIS para uma outra rede social, no caso, o Instagram e para a população portuguesa (Jenkins-Guarnieri et al., 2013).

O presente estudo encontra-se integrado num projeto mais amplo sobre a utilização de redes sociais e tem como objetivo principal a descrição do uso das redes sociais, a sua integração nas rotinas diárias e a perceção da conexão emocional que decorre desse uso. Este encontra-se estruturado em duas partes distintas, em que a primeira parte se refere a um artigo de revisão sistemática da literatura e a segunda parte refere-se ao artigo empírico. A estrutura adotada em ambas as partes consistiu em: resumo, *abstract*, introdução, método, resultados, discussão e referências.

A primeira parte relativa à revisão da literatura foi desenvolvida seguindo uma lógica de revisão sistemática. Seguidamente à introdução, é apresentado, no método, o procedimento adotado, os critérios de inclusão/exclusão e o procedimento de organização do material. Por último, são expostos os resultados, a respetiva discussão dos mesmo e referências.

Quanto à segunda parte, alusiva ao estudo empírico, inclui aspetos relativos à investigação concretizada, mais concretamente, os objetivos da mesma, o método, com referência aos participantes, instrumentos utilizados e procedimento. Por último, são apresentados os resultados obtidos e a discussão dos mesmos.

É de salientar, que para a realização da investigação, os dados foram recolhidos através de um questionário sociodemográfico e de caracterização do uso de redes sociais, pela Social Media Use Integration Scale (Jenkins-Guanieri, et al. 2013), pela Social Media Use Integration Scale – versão para Instagram e, por último, pela Escala de Satisfação com a Vida.

Por fim, é apresentada a conclusão integradora do estudo e as referências consultadas na introdução e conclusão.

Integração do uso de redes sociais por adultos no seu quotidiano: Uma revisão sistemática

Resumo

As redes sociais são definidas como interações realizadas na Internet, através da criação de conteúdo, bem como a partilha ou publicação de informação junto de uma comunidade de outros utilizadores. O presente artigo apresenta uma revisão sistemática da literatura que teve como objetivo descrever o uso das redes sociais, perceber se existe uma integração das redes sociais nas rotinas diárias e descrever a perceção da conexão emocional que decorre desse uso. O procedimento foi realizado na base de dados B-On, com as seguintes combinações de descritores: "*Emotional connection*" and "*Use of social media*". O resultado desta pesquisa inicial permitiu a identificação de 47 artigos, que após a remoção dos duplicados e aplicados os critérios de elegibilidade, ficaram reduzidos a um total de 5 para a análise final. A análise dos resultados permitiu verificar que os indivíduos descrevem o uso das redes sociais como sendo parte integrante das rotinas diárias e como sendo forma de manterem um contacto seletivo, eficiente e imediato com os outros. Quanto à descrição da perceção da conexão emocional que decorre do uso das redes sociais, os resultados indicam que o envolvimento nas redes sociais aponta uma maior propensão para os indivíduos serem extrovertidos e narcisistas, indicaram também que os indivíduos com estilos de vinculação desorganizado e ansioso são significativamente preditivos do uso de redes sociais para evitar uma discussão cara a cara mais pessoal, verificou-se também que a não utilização do Facebook aponta para uma maior propensão a os indivíduos serem conscientes, tímidos e socialmente solitários. Neste sentido, os resultados revelaram que a utilização das redes sociais pode auxiliar na redução da solidão social e por último, constatou-se que a utilização de grupos do Facebook no trabalho tem um impacto significativo na obtenção de apoio emocional.

Palavras-chave: redes sociais; conexão emocional; adultos

Abstract

Social networks are defined as interactions carried out on the Internet, through the creation of content, as well as the sharing or publication of information with a

community of other users. This article presents a systematic review of the literature that aimed to describe the use of social networks, to understand if there is an integration of social networks in daily routines and to describe the perception of the emotional connection that results from this use. The procedure was performed in the B-On database, with the following combinations of descriptors: "Emotional connection" and "Use of social media". The result of this initial research allowed the identification of 47 articles, which after the removal of the duplicates and applied the eligibility criteria, were reduced to a total of 5 for the final analysis. The analysis of the results allowed to verify that the individuals describe the use of the social networks as being an integral part of the daily routines and as a way to maintain a selective, efficient and immediate contact with the others. As for the description of the perception of the emotional connection that results from the use of social networks, the results indicate that the involvement in social networks indicates a greater propensity for individuals to be extroverted and narcissistic, also indicated that individuals with disorganized and anxious attachment styles are significantly predictive of the use of social networks to avoid a more personal face-to-face discussion, it was also found that non-use of Facebook points to a greater propensity for individuals to be aware, shy and socially lonely. In this sense, the results revealed that the use of social networks can help reduce social loneliness and, finally, it was found that the use of Facebook groups at work has a significant impact on obtaining emotional support.

Keywords: social media; emotional connection; adults

Os sites de redes sociais como *Facebook* e *MySpace* atraem milhões de indivíduos, muitos dos quais integraram esses sites nas suas rotinas diárias (Spray, 2016). Como Froman et al. (2005) mencionam, a distância tornou-se somente física e este espaço digital tornou-se um aliado no cotidiano da sociedade.

Segundo Spray (2016), as redes sociais definem-se como:

Serviços baseados na Web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema delimitado, (2) articular com uma lista de outros utilizadores com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer a própria lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site (p.211)

Para Santana et al. (2009), as redes sociais são um sistema eletrônico de comunicação de alcance global que possibilita a integração de todos os meios de comunicação, sendo que possuem interatividade e suscitam a participação dos envolvidos para compartilhar informações, fatos e experiências. Autores como Costa (2005) acrescentam que as redes sociais são definidas como um sistema informal de troca, o que transmutou o conceito de “comunidade” para o de “rede social”, entendida aqui como um conjunto de sujeitos interagindo por meio das tecnologias digitais online. As redes sociais estão, progressivamente, a tornar-se proeminentes nas nossas vidas e representam, atualmente, o principal meio de comunicação de indivíduos, grupos e organizações (Jenkins-Guarnieri, Wright, e Johnson, 2013). Face ao alcance, é natural a atenção de investigadores, académicos e industriais se volte cada vez mais para as redes sociais. Segundo, Bonds-Raacke e Raacke (2010), a dimensão das redes sociais tem vindo a evoluir dia após dia, os autores verificaram que em média, os alunos Universitários despendiam, cerca de três horas por dia nas diferentes redes sociais.

Os aspetos pessoais são fatores de grande importância quando se fala em redes sociais. Neste sentido, alguns estudos, ao longo dos anos, vêm a comprovar isso mesmo, Ryan e Xenos (2011), afirmam que as diferenças individuais influenciam o comportamento dos indivíduos nas redes sociais. O estudo de Ryan e Xenos, (2011), conduzido com o objetivo de identificar as características de personalidade associadas a ser um utilizador ou não utilizador do Facebook, mostra que os utilizadores do Facebook são mais propensos a serem extrovertidos e narcisistas. Gosling et al. (2011) revela que indivíduos que apresentam fortes traços de extroversão transportam estes mesmos aspetos para as redes sociais o que se traduz numa maior procura pelo contacto com outros indivíduos através destas plataformas (Gosling et al. 2011). Tuten e Bosnjak (2001) afirmam que os indivíduos que são mais propensos a experiências e a questões de neuroticismo utilizam maioritariamente as redes sociais quando acedem à Internet. Neste sentido, Butt e Phillips (2008) acreditam que indivíduos com traços de neuroticismo tendem a usar a Internet como forma de companhia ou como forma de evitar sentimentos de solidão. Outros estudos permitem verificar que os indivíduos que experimentam altos níveis de solidão usam o Facebook como forma de se conectarem com os outros, ou seja a utilização das redes sociais pode ajudar a reduzir a solidão social (Butt & Phillips, 2008; Clayton et al. 2013).

Ellison et al. (2007) observou que indivíduos que utilizam mais vezes a rede social Facebook apresentam-se como mais satisfeitos consigo próprios, o que levou os autores a acreditarem que a utilização desta rede social tenha um impacto num aumento dos valores de autoestima (Ellison et al. 2007).

A forma como utilizamos as redes sociais têm impulsionado numerosos estudos empíricos que nos aproximaram das razões e motivações para a sua utilização em todas as formas e modalidades (Ruckel & Trafimow 2015). Inúmeras razões pelas quais os indivíduos utilizam as redes sociais têm vindo a ser identificadas, Kim, Sohn e Choi (2011) mencionam o entretenimento, a busca de informações, a conveniência, a interação e suporte social e a procura por amigos. Por sua vez, Ruckel e Trafimow (2015), além desses motivos, acrescentam a utilidade pessoal e o altruísmo. Ryan e Xenos (2011) apontam, igualmente, como preferências dos utilizadores a busca de informações e acrescentam as contribuições sociais ativas, o envolvimento passivo e a interação social em tempo real. Nitzburg e Farber (2013) incluem, ainda, a possibilidade de comunicação e interação a grandes distâncias físicas. Brandtzæg e Heim (2009) complementam, como fatores aliciantes para a utilização das redes sociais, a criação de novas amizades e a oportunidade de encontrar novas pessoas. Estes autores explicam a importância destes relacionamentos para os indivíduos como sendo uma forma de poderem procurar pessoas numa cidade ou área de trabalho para a qual o indivíduo possa ter-se deslocado, como sendo também, uma forma de contacto com amigos já conhecidos, mas que por motivos de trabalho, estudos, entre outros, se tenham afastado e ainda, como forma de facilitarem a existência de um possível relacionamento amoroso (Brandtzæg & Heim, 2009).

Em Janeiro de 2016, a agência global “We Are Social” realizou um estudo em que os resultados revelaram que dos 7.395 biliões de pessoas no mundo, existem 3.419 biliões utilizadores de Internet, dos quais 2.307 biliões são utilizadores ativos das redes sociais. Segundo este estudo, estas informações remetem-nos para o quanto as redes sociais estão, cada vez mais, a tornar-se o meio de comunicação preferido dos utilizadores da Internet (We Are Social, 2016). No que concerne ao nosso país, a Marktest Consulting realizou um estudo designado de “Os Portugueses e as Redes Sociais 2017”, que permitiu constatar que existem 4 milhões e 856 mil utilizadores de redes sociais, residentes no Continente com idades compreendidas entre 15 e 64 anos. Este estudo procurou conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, quais os

sites que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, a frequência com que acessam os sites e com que publicam informações, o tempo que dedicam nesses sites e os equipamentos que utilizam para acessar os mesmos (Marktest Consulting, 2017). Os resultados indicaram que a rede social com maior penetração em Portugal é o Facebook com 95,5% de referências, seguindo-se o Instagram (50,2%), o WhatsApp (48,1%), o Youtube (45,9%), o Google+ (35,4%) e o LinkedIn (30,8%). O Instagram foi, entre as redes de maior penetração, a que teve um maior aumento face ao ano anterior, um aumento de 35%, o maior crescimento verificado entre as redes sociais mais usadas em Portugal, ocupando assim a segunda posição (Marktest Consulting, 2017). Segundo Kim, Sohn e Choi (2011), o crescimento explosivo de sites de redes sociais é um fenómeno comum em muitos países, contudo as formas e os motivos pelas quais os indivíduos as utilizam podem variar dependendo de seu meio social e cultural, pois os valores fundamentais divergem de cultura para cultura. Desta forma, a presente revisão da literatura assume como objetivo primordial a (1) descrição do uso das redes sociais, (2) perceber se existe uma integração do uso das redes sociais nas rotinas diárias e a (3) descrever a percepção da conexão emocional que decorre desse uso.

Método

Procedimento

Com o intuito de examinar e sintetizar toda a informação disponível para o tema em questão, a Integração do Uso de Redes Sociais por Adultos no seu Quotidiano, realizou-se uma revisão sistemática da literatura. A revisão sistemática caracteriza-se por utilizar uma metodologia de pesquisa com rigor científico e de grande transparência, cujo objetivo propõe-se a minimizar o enviesamento da literatura, dado que é feita uma recolha exaustiva dos textos publicados sobre o tema em questão (Thorpe et al. 2005). Assim, o objetivo principal é de estruturar todos os procedimentos de forma a garantir a qualidade das fontes, definir uma equação de pesquisa, de critérios de inclusão e exclusão, e de todas as normas que possam ser convenientes para o caso (Ramos, Faria, & Faria, 2014).

Crítérios de inclusão e exclusão

Foram estabelecidos, no presente estudo, critérios de inclusão e exclusão referentes aos artigos científicos da revisão sistemática a analisar. Os critérios de inclusão definidos foram os seguintes: a) artigos científicos que abordam a temática do

estudo, ser constituído por indivíduos com idade igual ou superior a 18 anos e com amostras que incluam os termos "*Emotional connection*" e "Use of social media" aparecer no título (sem nenhum campo opcional selecionado); **b**) ser provenientes de revistas académicas, revistas por especialistas; **c**) com acesso na íntegra (aberto e/ou desconhecido); **d**) publicados entre 2010 e 2019 e, por último, **e**) redigidos somente nos idiomas português e inglês. Foram excluídos: **a**) artigos duplicados **b**) artigos em que a amostra não é a pretendida, ou seja, se os participantes não tiverem idade igual ou superior a 18 anos; **c**) artigos que não abordam o tema em análise, a integração das redes sociais por adultos no quotidiano. A pesquisa foi executada na base de dados Biblioteca do Conhecimento Online (B-ON). As combinações de descritores utilizadas foram: "*Emotional connection*" (ti título) and "Use of social media".

Procedimento de organização do material da revisão sistemática

Da aplicação destes critérios de inclusão e exclusão, resultaram no total cinco artigos para análise. A Figura 1 ilustra todo o procedimento necessário para a seleção do material a usar na revisão sistemática, mais concretamente, o fluxograma.

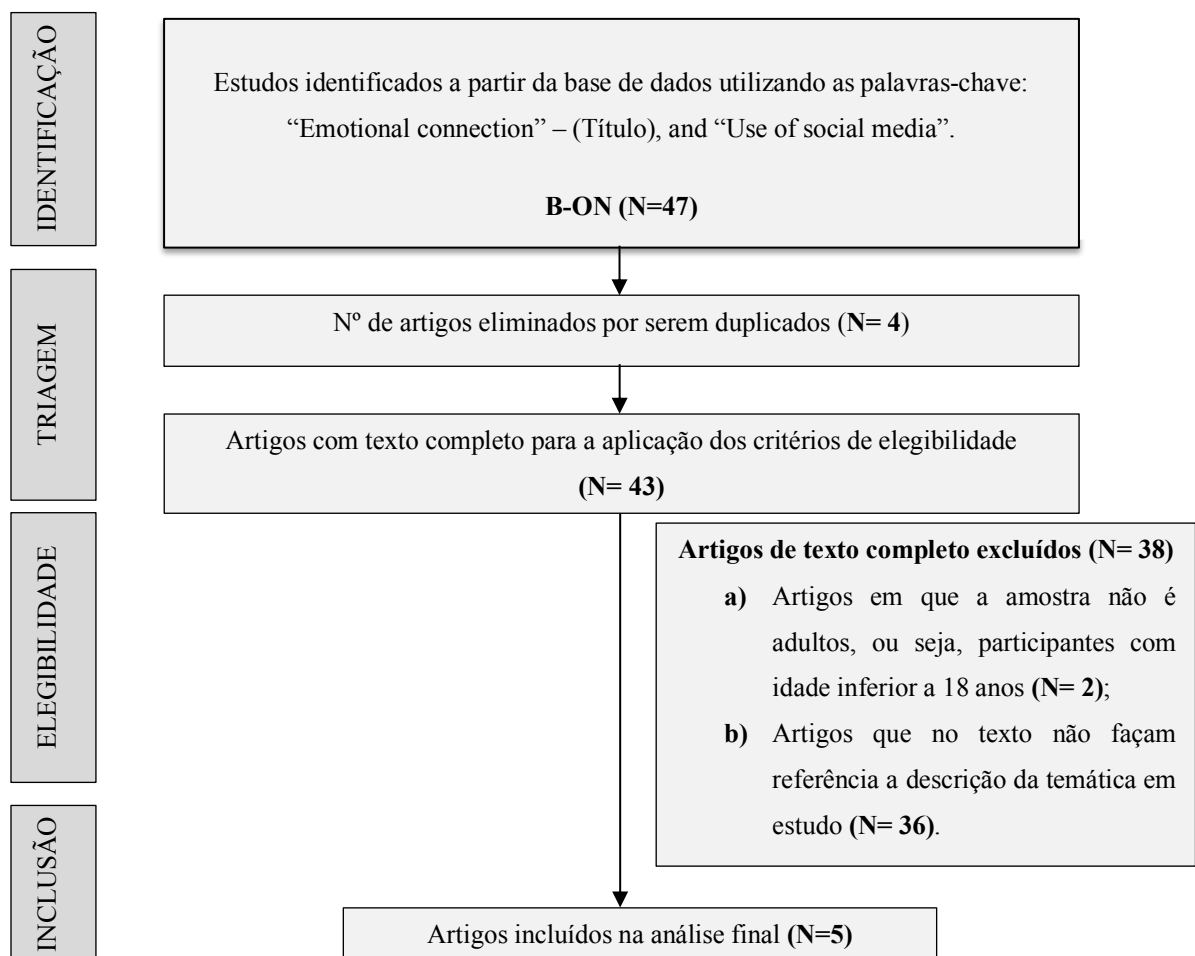


Figura 1. Fluxograma dos critérios de seleção dos artigos para a revisão sistemática

Resultados

Como é possível observar no quadro 1 os estudos analisados ($n=5$) são de origem estrangeira (Colômbia, Austrália, Estados Unidos da América e Kuwait), de natureza observacional (descritivos, analíticos), transversal, publicados entre 2011 e 2016, e têm como objetivo investigar como as características pessoais influenciam e estão relacionadas com o uso das redes sociais e também compreender como os indivíduos descrevem esse uso. Relativamente ao tamanho das amostras estas variam entre 53 e 2104 participantes, com idades compreendidas entre os 18 e os 44 anos.

Quadro 1.
Artigos analisados

Título, Autor (Ano) e Origem	Desenho da investigação e objetivo do estudo	Descrição da amostra	Instrumentos	Principais resultados
<p>“Putting up emotional Facebook walls? Attachment status and emerging adult’s experiences of Social Networking Sites”</p> <p>Nitzburg, & Farber (2013)</p> <p>Colômbia</p>	<p>Observacional -Descritivo -Transversal -Analítico -Transversal</p> <p>Investigar papel do apego em influenciar as percepções e os sentimentos dos adultos emergentes sobre as redes sociais.</p>	<p>416 participantes com idades ≥ 18 anos, sendo que a maior percentagem da amostra se apresentava entre os 18 e 29 anos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Technology & Communication Survey (TACS). • Relationship Questionnaire (RQ) 	<p>Redes sociais, como o Facebook, podem aumentar as conexões interpessoais, mas também intensificam os comportamentos de ciúme, inveja e vigilância. Estilos de apego (estilos de apego seguro, ansioso, evitante e desorganizado) podem ajudar a explicar as diferenças na experiência dos sites de redes sociais.</p> <p>Verificou-se que graus mais altos de ansiedade de apego eram significativamente preditivos de níveis mais altos de sentimentos íntimos com os outros durante o uso de redes sociais.</p> <p>A principal descoberta do presente estudo foi que foram os estilos de apego desorganizado e ansioso (e não o estilo de apego evitante) que foram significativamente preditivos do uso de redes sociais para evitar uma discussão face a face mais pessoal.</p>

Quadro 1.
Artigos analisados (Cont.)

Título, Autor (Ano) e Origem	Desenho da investigação e objetivo do estudo	Descrição da amostra	Instrumentos	Principais resultados
<p>“Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness and Facebook usage”</p> <p>Ryan & Xenos, (2011)</p> <p>Austrália</p>	<p>Observacional -Descritivo -Analítico</p> <p>Investigar como a personalidade influencia o uso ou não uso do Facebook.</p>	<p>1324 participantes com idades \geq 18 anos, utilizadores de Internet, sendo que a maior percentagem da amostra se apresentava entre os 18 e 44 anos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Big Five Inventory (BFI) • Narcissistic Personality Inventory – 29-item version (NPI-29) • Revised Cheek and Buss Shyness Scale (RCBS) <p>Social and Emotional Loneliness Scale for Adults – Short version (SELSA-S).</p>	<p>Utilizadores do Facebook são mais propensos a serem extrovertidos e narcisistas e têm sentimentos mais fortes de solidão familiar. Por outro lado, indivíduos que não utilizam o Facebook são mais propensos a serem conscientes, tímidos e socialmente solitários.</p>
<p>“Using Facebook as tool for informal peer support: A case example”</p> <p>Gandy-Guedes, et al. (2016)</p> <p>Estados Unidos da América</p>	<p>Observacional -Transversal -Descritivo -Analítico</p> <p>Analisar como um grupo de trabalhadores usa um grupo privado do Facebook para apoio de pares, consulta informal, apoio emocional e conexão social e pessoal.</p>	<p>17 participantes com idades \geq 18 anos, membros de um grupo privado de trabalho, no Facebook, sendo que a maior percentagem da amostra se apresentava entre os 32 e 45 anos.</p>	<p>Reflexão individual escrita, realizadas a partir de estímulos previamente preparados.</p>	<p>Os trabalhadores descrevem o grupo de trabalho, no Facebook como uma forma de se conectarem, onde podem fornecer orientação profissional e pessoais aos outros, o que os capacita a viver de forma saudável em todos os aspetos das suas vidas.</p>

Quadro 1.
Artigos analisados (Cont.)

Título, Autor (Ano) e Origem	Desenho da investigação e objetivo do estudo	Descrição da amostra	Instrumentos	Principais resultados
<p>“Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use”</p> <p>Clayton, et al. (2013)</p> <p>Estados Unidos da América</p>	<p>Observacional -Transversal -Descritivo -Analítico</p> <p>Investigar as relações entre solidão, ansiedade, álcool e uso de drogas de estudantes universitários quando à sua conexão emocional com o Facebook.</p>	<p>229 participantes com idades \geq 18 anos, estudantes universitários que moravam em dormitórios de uma universidade, sendo que a maior percentagem da amostra se apresentava entre os 18 e 21 anos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • UCLA Loneliness Scale (ULS). • Self Consciousness Scale (SCS). • Alcohol Use Disorders Identification Test: Interview Version (AUDIT). • UNCOPE Screening Questionnaire (USQ). • Facebook Intensity Scale (FIS). • Facebook Connections Strategies Scale (FCSS). 	<p>Estudantes que experimentam elevados níveis de solidão e ansiedade usam o Facebook como uma fonte para se conectarem com os outros.</p> <p>Estudantes que consomem álcool estão mais ligados emocionalmente ao Facebook do que aqueles que não consomem. Quanto ao uso de drogas, este foi negativamente relacionado à conexão emocional com o Facebook.</p>
<p>“Motivations for using social media: an exploratory factor analysis”.</p> <p>Ruckel & Trafimow (2015). Kuwait</p>	<p>Observacional -Transversal -Descritivo -Analítico</p> <p>Analisar as motivações para o uso das redes sociais numa amostra de estudantes universitários.</p>	<p>1327 participantes, estudantes universitários matriculados no curso de comunicação no Kuwait, sendo que a maior percentagem da amostra se apresentava entre os 18 e 31 anos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Social Media Motives Scale. 	<p>As motivações para o uso das redes sociais passam pelo entretenimento, utilidade pessoal, busca de informações, conveniência e altruísmo.</p>

Considerando o objetivo **(1)** correspondente à descrição do uso das redes sociais e ao objetivo **(2)** perceber se existe uma integração do uso das redes sociais nas rotinas diárias, de acordo com Nitzburg e Farber (2013), foi possível verificar que o uso das redes sociais é feito de uma forma diária. Da mesma forma, segundo Ryan e Xenos, (2011), os indivíduos utilizam as redes sociais de uma forma ativa e também Gandy-Guedes et al. (2016) afirmam que o uso das redes sociais pelos indivíduos é feito de uma forma diária, no caso, para a atividade profissional. Os indivíduos descrevem o uso das redes sociais, segundo Ruckel e Trafimow (2015) como forma de contacto seletivo, eficiente e imediato com os outros.

No seguimento deste estudo, Ryan e Xenos (2011) apontam como preferências dos utilizadores, no que diz respeito aos recursos do Facebook, as contribuições sociais ativas, o envolvimento passivo, notícias, informações e interação social em tempo real.

De acordo com o **(3)** objetivo da presente investigação a descrição da percepção da conexão emocional que decorre do uso das redes sociais pode ser percebido de diversas formas.

De acordo com Nitzburg e Farber (2013), os estilos de apego desorganizado e ansioso (e não o estilo de apego evitante) foram significativamente preditivos do uso de redes sociais para evitar uma discussão cara a cara mais pessoal. Em contraste, aqueles com maior ansiedade de apego relataram uma maior tendência a sentirem-se íntimos ao interagir sobre as redes sociais enquanto usavam as redes sociais para evitar uma discussão face a face mais pessoal. Aqueles com um apego desorganizado são semelhantes aos indivíduos ansiosos na sua preferência por plataformas digitais, onde podem se podem envolver em relacionamentos pessoais, ao mesmo tempo em que mantêm as partes imprevisíveis e angustiantes dessas relações a uma distância psicológica (Nitzburg & Farber, 2013).

O estudo de Ryan e Xenos, (2011), com o objetivo de identificar as características de personalidade associadas a ser um utilizador ou não utilizador do Facebook, mostra que os utilizadores do Facebook são mais propensos a serem extrovertidos e narcisistas. Por outro lado, os não usuários do Facebook são mais propensos a serem conscientes, tímidos e socialmente solitários. O estudo de Clayton et al. (2013) permite verificar que os indivíduos que experimentam altos níveis de solidão não estão emocionalmente ligados ao Facebook, mas usam o Facebook, mas a sua utilização é uma forma de se conectarem com os outros, ou seja a utilização das redes sociais pode ajudar a reduzir a solidão social (Clayton et al. 2013; Ryan & Xenos, 2011).

Ryan e Xenos (2011) concluíram também que pessoas com elevados níveis de narcisismo usam com maior frequência o Facebook. Neste seguimento, Nitzburg e Farber (2013) referem que utilizadores de redes sociais tendem a melhorar a sua autoapresentação, escolhendo as suas fotos de perfil mais atraentes e apresentando-se como tendo mais emoções positivas e melhor bem-estar emocional do que eles realmente têm.

Clayton, et al. (2013), além de investigarem as relações entre solidão e ansiedade, analisaram também a relação entre o consumo de álcool e o uso de drogas e a conexão emocional com o Facebook. No seu estudo, os resultados revelaram que estudantes universitários que consomem álcool estão mais ligados emocionalmente ao Facebook do que aqueles que não consomem álcool. Quanto ao uso de drogas, este foi negativamente relacionado com a conexão emocional com o Facebook (Clayton et al. 2013).

Relativamente ao estudo realizado por Gandy-Guedes et al. (2016), este teve como objetivo analisar como um grupo de trabalhadores, neste caso assistentes sociais, utilizam um grupo privado do Facebook para partilhar recursos, facilitar oportunidades de contratação e carreira, participar de consultas formais e informais entre colegas, apoio social e pessoal em uma carreira com altos níveis de desgaste e trauma vicário. Um dos principais objetivos do grupo, conforme identificado pelos participantes foi o apoio emocional (Gandy-Guedes et al. 2016).

Discussão

Considerando o objetivo (1) e (2) da presente investigação, ficou claro que de acordo com Nitzburg e Farber (2013), verifica-se que o uso das redes sociais é feito de uma forma diária. Da mesma forma, segundo Ryan e Xenos, (2011), os indivíduos utilizam as redes sociais de uma forma ativa e também Gandy-Guedes et al. (2016) afirmam que o uso das redes sociais pelos indivíduos é feito de uma forma diária, no caso, para a atividade profissional. Os indivíduos descrevem o uso das redes sociais, segundo Ruckel e Trafimow (2015) como forma de contacto seletivo, eficiente e imediato com os outros.

O estudo teve como objetivo principal examinar as motivações para usar as redes sociais, sendo que para o alcançar, analisaram as necessidades sociais e pessoais que as redes sociais satisfazem em todas as suas modalidades. Foram identificadas o

entretenimento, utilidade pessoal, busca de informações, conveniência e altruísmo como as principais motivações. Os resultados mostraram que quanto maior a experiência do utilizador com as redes sociais, maior será a utilização referente ao entretenimento e utilidade pessoal. Ruckel e Trafimow (2015) acrescentam, ainda, que utilizadores que dispendem muito tempo na utilização das redes sociais são menos propensos a utilizá-las para a procura de informações e mais propensos a utilizar para entretenimento, utilidade pessoal e conveniência (Ruckel & Trafimow 2015).

Quanto à descrição da percepção da conexão emocional que decorre do uso das redes sociais foi possível perceber-lo de acordo com os autores Nitzburg e Farber (2013), da seguinte forma, indivíduos com estilos de vinculação desorganizado e ansioso (e não o estilo de vinculação evitativo) são significativamente preditivos do uso de redes sociais para evitar uma discussão cara a cara mais pessoal. O estilo de vinculação evitante está associado a um envolvimento menor na construção de relacionamentos pessoais sobre as redes sociais, enquanto que o estilo de vinculação seguro está ligado a um maior envolvimento na construção de relacionamentos pessoais nessas plataformas. Assim, de acordo com os autores do estudo, uma explicação possível para essa parte das descobertas é que, para indivíduos esquivos, as redes sociais representam um meio de desenvolver a intimidade em vez de fugir da intimidade. Isto é, em vez de dar aos indivíduos esquivos uma oportunidade de manter os seus relacionamentos pessoais com uma distância psicológica, conectando-os apenas através de meios digitais, os autores consideraram que os indivíduos esquivos simplesmente não se envolvem muito com as redes sociais em grande parte porque existem para o único objetivo de desenvolver conexões com os outros (Nitzburg & Farber, 2013).

Em contraste, indivíduos com maior vinculação ansiosa relataram uma maior tendência a sentirem-se íntimos ao interagir sobre as redes sociais enquanto usavam as redes sociais para evitar uma discussão cara a cara mais pessoal. De acordo com Nitzburg & Farber (2013), indivíduos com uma vinculação ansiosa tendem a experimentar interações sociais como estressantes, porque abrigam temores profundos de que os outros não cuidem bem deles, e assim, alcançar o cuidado é vivenciado como intoleravelmente fora de seu controle. Estes autores levantam a hipótese de que esses indivíduos tentam aliviar esse desconforto transferindo as suas interações sociais para fóruns on-line, onde as reações dos outros são mais previsíveis em que o grau em que eles se sentem expostos está mais sob os seus controlos. Ao mesmo tempo, aqueles com vinculação ansiosa anseiam por conforto e atenção dos outros e, portanto, podem sentir-

se mais íntimos com os outros no Facebook, por exemplo, porque o conteúdo que publicam on-line pode frequentemente incluir detalhes íntimos (Nitzburg & Farber, 2013).

O estudo de Ryan e Xenos, (2011), com o objetivo de identificar as características de personalidade associadas a ser um utilizador ou não utilizador do Facebook, mostra que os utilizadores do Facebook são mais propensos a serem extrovertidos e narcisistas. Por outro lado, os não usuários do Facebook são mais propensos a serem conscientes, tímidos e socialmente solitários. O estudo de Clayton et al. (2013), permite verificar que os indivíduos que experimentam altos níveis de solidão não estão emocionalmente ligados ao Facebook, mas procuram o Facebook como forma de se conectarem com os outros, ou seja a utilização das redes sociais pode auxiliar na redução da solidão social (Clayton et al. 2013; Ryan & Xenos, 2011). Ryan & Xenos (2011) acrescentam que a Internet é um ambiente cada vez mais utilizado pelos indivíduos, e os que escolhem não envolverem podem estar a limitar a sua capacidade de avançar socialmente. Quanto ao resultado obtido quanto aos utilizados do Facebook serem mais propensos a serem extrovertidos, de acordo com Ryan e Xenos (2011) pessoas extrovertidas usam redes sociais como um meio de extensão social e acrescentam que a extroversão está positivamente relacionada ao uso dos recursos comunicativos do Facebook.

Ryan e Xenos (2011) concluíram também que pessoas com elevados níveis de narcisismo usam com maior frequência o Facebook, atribuindo esse resultado ao facto de o Facebook incentivar os utilizadores a se envolverem em comportamentos de autopromoção e comportamentos superficiais, como postar fotos e escrever atualizações de status. Neste seguimento, Nitzburg e Farber (2013) referem que utilizadores de redes sociais tendem a melhorar a sua autoapresentação, escolhendo as suas fotos de perfil mais atraentes e apresentando-se como tendo mais emoções positivas e melhor bem-estar emocional do que eles realmente têm. Os autores referem, também, que se, por um lado, os utilizadores de redes sociais se podem sentir mais autoafirmados e confiantes (por exemplo, sentirem que são afiliados com amigos fascinantes), por outro, a visualização dos conteúdos das pessoas a que estão associados pode estar relacionado com o aumento de sentimentos de inveja e diminuição da satisfação com a vida (Nitzburg & Farber, 2013; Ryan & Xenos, 2011).

Clayton, et al. (2013) além de investigarem as relações entre solidão e ansiedade, analisaram também a relação entre o consumo de álcool e o uso de drogas e a conexão emocional com o Facebook. Os resultados do seu estudo revelaram que estudantes

universitários que consomem álcool estão mais ligados emocionalmente ao Facebook do que aqueles que não consomem álcool. Estes autores consideraram que a visualização de imagens relacionadas com o álcool na internet afeta adultos jovens, fazendo com que, a partir dessas fotos e comentários, os indivíduos possam desenvolver uma percepção de um uso normativo do álcool entre pares de diferentes idades, incluindo pares mais velhos. Por fim, o uso de drogas foi negativamente relacionado com a conexão emocional com o Facebook, o que indica que quanto mais um indivíduo se envolve no consumo de drogas, menos emocionalmente conectado se sente em relação ao Facebook. Indivíduos que visualizam conteúdos relacionados com drogas no Facebook revelam ser menos recetivos a esse consumo, provavelmente por esses conteúdos retratarem comportamentos não-normativos (Clayton et al. 2013).

O estudo realizado por Gandy-Guedes et al. (2016) teve como objetivo analisar como um grupo de trabalhadores, neste caso assistentes sociais, utilizam um grupo privado do Facebook para partilhar recursos, facilitar oportunidades de contratação e carreira, participar de consultas formais e informais entre colegas, apoio social e pessoal em uma carreira com altos níveis de desgaste e trauma vicário. Neste sentido, é possível verificar a existência de uma conexão emocional decorrente de o uso da rede social, Facebook, pois, conforme identificado pelos participantes o objetivo principal da utilização do grupo do Facebook é o apoio emocional. Assim sendo, os utilizadores do grupo referem como gratificante a forma como o grupo lhes permite discutir uma situação sensível ou difícil, partilhar os sucessos e triunfos e receber incentivo dos seus membros quando situações difíceis foram geridas de forma eficaz (Gandy-Guedes et al. 2016). Ou seja, o grupo do Facebook permitiu um sentido de conexão apesar da distância entre trabalhadores, facilmente podiam unir-se num espaço partilhado e apoiarem-se de uma forma muito acessível. Desta forma, o uso desta rede social foi importante porque deu aos trabalhadores acesso fácil e imediato a outros membros de trabalho durante todo o dia (Gandy-Guedes et al., 2016). A possibilidade de comunicação e interação a grandes distâncias físicas que as redes sociais oferecem é, também, um facto que Nitzburg e Farber (2013) referenciam.

Gandy-Guedes et al. (2016) concluíram que quando a ética e a confidencialidade são respeitadas, o uso de redes sociais para fins de ajuda por pares apresenta uma oportunidade única de os trabalhadores se envolverem em discussões intelectuais com

colegas de trabalho que têm interesse no objetivo de praticar o trabalho social no seu melhor (Gandy-Guedes et al. 2016).

É de salientar que na pesquisa efetuada não foram encontrados estudos sobre o Instagram destacando-se, desta forma, a necessidade de os mesmos serem desenvolvidos no futuro de modo a permitir uma ligação adequada com o estudo empírico da presente investigação.

Após a análise da literatura destaca-se a relevância dos seguintes pontos: o uso das redes sociais é feito de uma forma diária e potencializa e facilita o contacto seletivo com os outros; O envolvimento nas redes sociais aponta uma maior propensão para os indivíduos serem extrovertidos e narcisistas; a não utilização aponta para uma maior propensão a os indivíduos serem conscientes, tímidos e socialmente solitários; Os indivíduos com estilos de vinculação desorganizado e ansioso são significativamente mais preditivos para o uso de redes sociais como forma de evitar uma discussão cara a cara de caráter mais pessoal; a utilização de grupos do Facebook no trabalho tem um impacto significativo na obtenção de apoio emocional.

Referências

- Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In *Online communities and social computing young*, 43-152. Springer Berlin Heidelberg.
- 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. <https://doi.org/Article>
- Butt, S., & Phillips, J. G. (2008). Personality and self reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 346–360. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.01.019>
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D. (2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 687–693. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.002>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of*

Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143–1168.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

Gandy-Guedes, M. E., Vance, M. M., Bridgewater, E. A., Montgomery, T., & Taylor, K. (2016). Using Facebook as a tool for informal peer support: a case example. *Social Work Education*, 35(3), 323–332.
<https://doi.org/10.1080/02615479.2016.1154937>

Gosling, S. D., Augustine, A. A., Vazire, S., Holtzman, N., & Gaddis, S. (2011). Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(9), 483–488.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0087>

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.1037/a0030277>

Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365–372.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.015>

Nitzburg, G. C., & Farber, B. A. (2013). Putting up emotional (Facebook) walls? Attachment status and emerging adults' experiences of social networking sites. *Journal of Clinical Psychology*, 69(11), 1183–1190.
<https://doi.org/10.1002/jclp.22045>

Ramos, M. A. S., Faria, P. M. M., & Faria, Á. F. L. (2014). Revisão Sistemática de Literatura: contributo para a inovação na investigação em Ciências da Educação. *Revista Diálogo Educacional*, 14(474), 17.
<https://doi.org/10.7213/dialogo.educ.14.041.DS01>

Ruckel, L., & Trafimow, D. (2015). Motivations to use social media: A social

psychology perspective. *Advances in Psychology Research*, 111, 29–45. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84958668627&partnerID=40&md5=7c9047e7f7de5952c1d0e95bc4f83321>

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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>

Spray, M. (2016). A lesson from an old Oak. *Ecos*, 37(3–4), 44–48. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Thorpe, R. et al. (2005). Using knowledge within small and medium sized firms: a systematic review of the evidence. *International Journal of Management Reviews*, 7 (4), 257-281.

Tuten, T. L., & Bosnjak, M. (2001). Understanding Differences in Web Usage: the Role of Need for Cognition and the Five Factor Model of Personality. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 29(4), 391–398. <https://doi.org/10.2224/sbp.2001.29.4.391>

We Are Social. (2016). *We are social's*. Retirado de: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>.

Integração do uso do Instagram por adultos no seu quotidiano:

Estudo Empírico

Resumo

O fenómeno das redes sociais tem sido motivo de inumeráveis estudos nos últimos anos, não só pelo facto de ser um tema extremamente atual, mas também por ter um grande destaque na forma como a sociedade comunica nos dias de hoje. Existe um notório crescimento do número de utilizadores da internet em geral e das redes sociais em particular. As redes sociais trouxeram várias vantagens e desvantagens que se podem relacionar com o indivíduo ou com a sociedade em geral, vantagens como atravessar barreiras geográficas; interagir com muitas pessoas ao mesmo tempo; ter acesso a diferentes culturas e lugares; promover-se e promover negócios, serviços ou produtos; envolver-se em certas ações sem controle ou interferência e promover a autonomia social. E desvantagens como ter um impacto negativo na escolaridade e no emprego, na segurança pessoal, na comunicação e na segurança nacional. Neste sentido, compreender melhor esta temática torna-se significativa não só por ser um tema atual, mas por estar presente no dia-a-dia da maioria dos portugueses. A presente investigação assenta num estudo quantitativo, que teve como objetivos passar por **(1)** verificar se existe uma associação entre variáveis sociodemográficas, o sexo, a idade, atividade profissional e nível de escolaridade e a integração do uso do Instagram nas rotinas diárias, bem como analisar se existe uma associação entre essas variáveis e a perceção emocional que decorre desse uso; **(2)** perceber como os indivíduos descrevem o uso Instagram, se integram o Instagram nas suas rotinas diárias e analisar a perceção da conexão emocional que decorre desse uso; por último, **(3)** analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso do Instagram e a satisfação com a vida em adultos portugueses. Foi estudada uma amostra de conveniência constituída por 207 indivíduos portugueses, com idades compreendidas entre os 18 aos 65 ($M=29,2$; $DP=9,2$), a maioria dos quais se encontrava empregado (61,4%), e a maioria com uma frequência do ensino superior (71,0%). Os participantes foram convidados a responder a um formulário eletrónico que incluía os seguintes instrumentos: Questionário sociodemográfico e de caracterização do uso de redes sociais; Social Media Use Integration Scale – versão para Instagram e à Escala de Satisfação com a Vida. Os resultados indicam que, de uma forma geral, os indivíduos avaliados integram o Instagram nas suas rotinas diárias, utilizando-o todos os dias, num tempo de uso

correspondente entre 2 a 3 horas diárias e mais de 3 horas, confirmou-se também a existência de uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso do Instagram e a satisfação com a vida.

Palavras-chave: Instagram; conexão emocional; integração; adultos; Portugal

Abstract

The phenomenon of social networks has been the subject of countless studies in recent years, not only because it is an extremely current topic but also because it has a great prominence in the way society communicates today. There is a notable growth in the number of internet users in general and social networks in particular. Social media have brought several advantages and disadvantages that can be related to the individual or to society in general, advantages such as crossing geographic barriers; interact with many people at the same time; have access to different cultures and places; promote and promote businesses, services or products; engage in certain actions without control or interference and promote social autonomy. And disadvantages are having a negative impact on schooling and employment, personal safety, communication and national security. In this sense, a better understanding of this theme becomes important not only because it is a current theme, but because it is present in the daily life of most Portuguese people. In this way, the present research is based on a quantitative study and the objectives are to (1) verify if there are statistically significant differences between the sexes, age, professional activity and schooling with the integration of the use of social networks in daily routines and emotional perception resulting from this use; (2) understand the way individuals describe the use of Instagram, integrate Instagram into their daily routines and analyze the perception of the emotional connection that results from this use; (3) to analyze whether there is a statistically significant relationship between integration of Instagram and satisfaction with life in Portuguese adults. A convenience sample consisted of 207 Portuguese individuals, aged 18 to 65 ($M = 29,2$; $SD = 9,2$), most of whom were employed (61.4%), and the majority with a higher education level (70%). Participants were invited to respond to an electronic form that included the following instruments: Sociodemographic questionnaire and characterization of the use of social networks; Social Media Use Integration Scale; Social Media Use Integration Scale - version for Instagram and the Life Satisfaction Scale. The results indicate that, in a general, the participants integrate Instagram into

their daily routines, using it every day, in a time of corresponding use between 2 hours or more, it was also confirmed the existence of a statistically significant relationship between the integration of the use of Instagram and satisfaction with life.

Keywords: Instagram; emotional connection; integration; adults; Portugal

O interesse académico e empresarial atual pelas redes sociais é recente, tem vindo a ser impulsionado pela rápida expansão de utilizadores nas redes sociais (Bright & DWP, 2014), crescimento que se revelou explosivo a partir do ano de 2003 (Pérez-Latre & Blanco, 2011).

As redes sociais assumiram-se como uma categoria de discurso on-line, onde as pessoas criam e adicionam conteúdo e compartilham-no a um ritmo prodigioso (Asur & Huberman, 2010). Com a popularidade das redes sociais em ascensão, a interação social torna-se afetada de inúmeras formas à medida que nos adaptamos a este mundo crescentemente mais tecnológico. A maneira como os utilizadores da Web interagem e conversam entre si mudou e continua em constante mudança. Estes utilizadores socializam cada vez mais, ou mesmo somente pela internet e isso limita a socialização que sempre existiu (Asur & Huberman, 2010). Todo este aumento de popularidade relativamente às redes sociais resultou numa utilização diária por parte de muitos utilizadores, como refere Stone (2009).

De acordo com Bright e DWP (2014) e de acordo com Asur & Huberman (2010), o fenómeno das redes sociais tem sido motivo de inumeráveis estudos nos últimos anos, não só pelo facto de ser um tema extremamente atual, mas também por ter um grande destaque na forma como a sociedade comunica nos dias de hoje.

Segundo Zenha (2017):

As redes sociais online são ambientes digitais organizados por meio de uma interface virtual que torna possível a integração de um perfil de usuário a outros de amigos virtuais, compartilhando com essas personagens pertencentes a um cenário comum pensamentos e outras maneiras de expressão sobre determinado assunto (p.29)

Conforme Zenha (2017), as redes sociais proporcionam um aumento significativo das interações e da conectividade entre grupos sociais por serem um meio promissor de

divulgação de conteúdo e de propagação de ideias. O diferencial das redes sociais está na facilidade que possuem para construir as mensagens; a facilidade na veiculação, o acesso rápido e em pontos distanciados que proporcionam as trocas de saberes disponibilizados pelos pontos na rede social (Zenha, 2017).

Encontramos disponível na WEB uma série de redes sociais ao dispor de qualquer indivíduo, contudo, de acordo com um estudo realizado pela *Marktest Consulting*, designado de “Os Portugueses e as Redes Sociais 2017”, é possível afirmar que as duas redes sociais mais utilizadas em Portugal são o *Facebook* e o *Instagram* (Marktest Consulting, 2017).

De acordo com o site *Newsroom*, pertencente à rede social Facebook elaborado para a elaboração de notícias sobre o mesmo, o Facebook foi criado por Mark Elliot Zuckerberg, Eduardo Luiz Saverin e outros ex-alunos da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos da América do Norte, em 2004, este foi inicialmente pensado para uso dos alunos na Universidade. O seu objetivo era disponibilizar uma plataforma na qual os alunos se pudessem ligar uns aos outros, partilhando opiniões e fotografias. Começou por estar apenas disponível para o universo de Harvard, alcançando as restantes Universidades americanas ainda em 2004 e, em 2005, já abrangia escolas internacionais. Em menos de um ano, o *Facebook* já contava com um milhão de utilizadores ativos. A rede continuou a evoluir e, a partir de Setembro de 2006, tornou-se acessível a qualquer pessoa com mais de treze anos. Na página oficial, o *Facebook* é apresentado como um espaço que "ajuda as pessoas a comunicarem com mais eficiência com os seus amigos, familiares e colegas de trabalho" (Facebook, 2012a). Quantitativamente, se o Facebook fosse um país, seria o terceiro maior do mundo (a seguir à China e Índia). Em Março de 2012, contava com 901 milhões de utilizadores ativos (Facebook, 2012a).

O *Instagram* é uma rede social que floresceu mais recentemente, tendo sido criada em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger. Diferentemente de outros sites de redes sociais (como, por exemplo, o *Facebook* ou *Twitter*), o *Instagram* é apenas para publicar fotos e vídeos com um limite de tempo (15 segundos). Esta rede social funciona da seguinte forma, os indivíduos publicam fotos para os seus seguidores visualizarem, reagirem (clicando na fotografia para demonstrarem que gostaram) e comentarem. O *Instagram* possui, ainda, filtros e ferramentas de edição de fotos para que os indivíduos possam editar antes de as publicarem (Dion, 2016).

Segundo Bojovic et al. (2017), o uso de rede sociais, como o *Facebook*, *MySpace* e *Twitter*, universalizou-se nos últimos anos. Para muitos, o uso dessas redes sociais tornou-se rotina diária e, particularmente para as gerações mais jovens, tornou-se uma parte integrante das suas vidas sociais.

De acordo com Popova (2011), as redes sociais trouxeram vários riscos que se podem relacionar com o indivíduo ou com a sociedade em geral. Como o impacto negativo na escolaridade e no emprego, as redes sociais são muito atraentes para os jovens, o que os coloca, por vezes, em problemas com a administração das instituições de ensino, por falta de discricção, violações morais e violação das políticas das instituições de ensino. Quanto ao emprego, candidatos a emprego podem ser rejeitados por empregadores devido a informações incriminatórias contidas nas suas contas de redes sociais. Outro risco de acordo com este autor, é o impacto negativo na segurança pessoal, as redes sociais criam um risco de roubo de identidade e fraude. Informação pessoal, descuidadamente colocada em redes sociais podem ser usadas por pessoas para ações ilícitas. Endereços de e-mail, números de contas bancárias, nomes, fotos, localização, podem ser usados para cometer crimes on-line, invadir contas bancárias, envolver menores em crimes sexuais e facilitar assaltos. Existem pessoas que assumem perfis online falsos com o objetivo de atrair a atenção das crianças para que as possam facilmente transformar em vítimas. Outro perigo é o impacto negativo na comunicação, o declínio no valor e volume de todas as formas tradicionais de comunicação é um dos principais resultados da disseminação cada vez mais ampla das redes sociais. As redes sociais estão a transformar a forma como as empresas e todos os tipos de instituições comunicam com seus clientes. Por último, o impacto negativo na segurança nacional, que pode ser facilmente prejudicado por usuários de redes sociais com identidades assumidas, intenções terroristas, visões extremistas e preconceitos nacionalistas. Podem dispersar ideias, atrair pessoas para certas ações e organizar atividades que ponham em risco a vida e a segurança de pessoas inocentes (Popova, 2011). Contudo, de acordo com Popova (2011) são inegáveis as vantagens que as redes sociais trouxeram, entre as quais atravessar barreiras geográficas; interagir com muitas pessoas ao mesmo tempo; ter acesso a diferentes culturas e lugares; promover-se e promover negócios, serviços ou produtos; envolver-se em certas ações sem controle ou interferência e promover a autonomia social.

De acordo com Bojovic et al. (2017), ainda existe uma compreensão bastante limitada do porquê de as pessoas utilizarem as redes sociais, neste sentido, surge a questão:

Como é que os indivíduos utilizam as redes sociais?

Do ponto de vista de um indivíduo, as redes sociais podem ser utilizadas para pesquisar informações, manter redes de contato e localizar oportunidades de trabalho (Bojovic, et al. 2017). Kim, Sohn e Choi (2011) acrescentam como outras motivações o entretenimento, a conveniência, a interação e suporte social e Nitzburg e Farber (2013) incluem, ainda, a possibilidade de comunicação e interação a grandes distâncias físicas.

Em Portugal, o número de utilizadores de Internet tem vindo a crescer bastante nos últimos anos. De acordo com os dados estatísticos apresentados pela Internet World Stats – IWS (2014), no ano 2000 apenas 24,2% da população portuguesa utilizava a Internet, uma diferença muito significativa face aos 62,1% de utilizadores registados no final do ano de 2013. De igual modo, os dados apurados pelo INE, afirmam que o acesso à internet em casa continua a aumentar, abrangendo 79% dos agregados em 2018 (INE, 2018).

Através do estudo da OberCom verificou-se que a utilização da Internet por parte dos portugueses é feita essencialmente de forma diária, sendo que quanto maior a idade dos indivíduos, maior tende a ser a taxa de não utilização (OberCom, 2014).

Em relação à utilização de redes sociais, os portugueses diversificam a sua atividade em cada rede, explorando essa realidade online através da utilização de diversas redes, muitas vezes em simultâneo. De acordo com os dados OberCom, em 2013, a esmagadora maioria dos internautas portugueses utilizadores de sites de redes sociais têm perfil criado na rede Facebook, seguido de um número muito menor de utilizadores com perfil nas redes *Google+*, *Hi5*, *Twitter* e *LinkedIn*. O mesmo estudo também verificou que as funcionalidades mais utilizadas entre os utilizadores de redes sociais em Portugal dizem respeito à comunicação direta com outros utilizadores (OberCom, 2014).

De acordo com o estudo desenvolvido por Drahošová e Balco (2017), em que foram analisadas as vantagens e desvantagens do uso das redes sociais na União Europeia, concluiu-se que a maior vantagem associada ao uso redes sociais é a troca de informações e comunicação e a segunda maior vantagem é a partilha de dados. Quanto às desvantagens, a maior desvantagem, segundo todos os entrevistados, é a dependência

que a internet causa. Segue-se a falta de segurança, sobrecarga de informação e perda de contatos sociais (Drahošová & Balco, 2017).

Deste modo, através da análise dos diferentes dados estatísticos sobre a utilização das redes sociais em Portugal, pode-se concluir que existe um notório crescimento do número de utilizadores da internet em geral e das redes sociais em particular. Neste sentido, compreender melhor esta temática torna-se significativa não só por ser um tema atual, mas por estar presente no dia-a-dia da maioria dos portugueses. Assim sendo, os objetivos deste estudo passam por: **(1)** verificar se existem associações entre sexo, idade, atividade profissional e nível de escolaridade e a integração do uso do Instagram nas rotinas diárias, bem como entre o sexo, idade, atividade profissional e nível de escolaridade e a perceção emocional que decorre desse uso; **(2)** conferir a forma como os indivíduos descrevem o uso do Instagram, se integram o Instagram nas suas rotinas diárias e analisar a perceção da conexão emocional que decorre desse uso; e por último, **(3)** analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso do Instagram e a satisfação com a vida em adultos portugueses.

Método

A amostra deste estudo foi selecionada tendo por base um método não-probabilístico de amostragem por conveniência. O estudo foi realizado com um grupo constituído por 207 indivíduos portugueses, com idades compreendidas entre os 18 aos 65 (M=29,2; Med=25,0; DP=9,2) dos quais 69,1% (n=143) são do sexo feminino e 30,9% (n=64) do sexo masculino. A maioria dos participantes está empregado (61,4%) e possui um nível de escolaridade correspondente ao 1º Ciclo/Licenciatura (40,6%) (Quadro 1).

Da amostra, 97,1% refere que utiliza a internet todos os dias, o que corresponde quase à totalidade da amostra, os restantes (2,9%) referem utilizá-la 4 a 6 dias por semana. Quanto à utilização diária da internet, por horas, a maioria dos participantes refere a utilização por duas horas (15,5%) e quatro horas (13,1%) (Quadro 1).

Seguidamente, no quadro 1, serão expostos os dados relativos às características sociodemográficas da amostra.

Tabela 1.
Características sociodemográficas da amostra (n=207)

Variável		Caracterização da amostra	
		<i>n</i>	%
Sexo	Feminino	143	69,1
	Masculino	64	30,9
Escolaridade	Ensino Básico	8	3,9
	Ensino Secundário	52	25,1
	Ensino Superior	147	71,0
Atividade Profissional	Ativo/Empregado	127	61,4
	Estudante	37	17,9
	Trabalhador-estudante	22	10,6
	Desempregado	15	7,2
	Doméstico	2	1,0
	Reformado/Aposentado	3	1,4

Material

Os participantes responderam aos seguintes instrumentos: Questionário sociodemográfico e de caracterização do uso de redes sociais; Social Media Use Integration Scale – versão para Instagram e à Escala de Satisfação com a Vida (Anexo 1)

1) Questionário Sociodemográfico e de Caracterização do Uso de Redes Sociais

Questionário desenvolvido especificamente para o presente projeto com objetivo de recolher dados relativos a: sexo, idade, atividade profissional, escolaridade, frequência de acesso à Internet; se é utilizador do Instagram, com que frequência a ele

accede e como se sentiria se não o pudesse utilizar. Foram, ainda, incluídas questões, criadas especificamente para o presente estudo (Anexo 1).

2) Social Media Use Integration Scale – versão para Instagram (Versão em estudo)

Este instrumento foi reconstruído a partir do Social Media Use Integration Scale (SMUIS) de forma a que os seus itens se referissem ao uso do Instagram. Esta reconstrução foi realizada com a prévia autorização dos autores da versão original do instrumento, constituída por 10 itens, que avaliam o Factor 1 (Conexão Emotiva) e Factor 2 (Integração nas Rotinas Diárias), oferecendo cinco opções de resposta (Discordo Totalmente; Discordo; Não concordo, nem discordo; Concordo e Concordo Fortemente). O valor de alfa de Cronbach para este instrumento foi de 0,906, para o Factor 1 (0,908) para o Factor 2 (0,839). De acordo com Gageiro e Pestana (2000), um indicador de uma boa consistência interna é superior a 0,8, desta forma, a Social Media Use Integration Scale (versão para Instagram) revelou apresentar uma elevada fidelidade (Gageiro & Pestana, 2000) (Anexo 2).

3) Escala de Satisfação com a Vida

Escala desenvolvida por Diener, Emmons, Larsen e Griffin, em 1985, com o objetivo de avaliar satisfação com a vida. Inclui cinco itens que constituem afirmações às quais o indivíduo responde numa escala ordinal de sete posições entre “totalmente em desacordo” e “totalmente de acordo”. Existem várias versões adaptadas para a população portuguesa, no entanto optou-se por adotar a versão disponibilizada por Diener no seu website. Esta versão do instrumento disponibilizada pelos próprios autores no seu website pode ser consultada em livre acesso pela população em geral e pode ser respondida eletronicamente pela mesma (Anexo 3). O valor de alfa de Cronbach para este instrumento foi de 0,851, revelando assim uma elevada fidelidade.

Procedimento

Numa primeira fase foi solicitada a, Brian D. Johnson e Stephen L. Wright, autores da versão original da Social Media Use Integration Scale a autorização necessária para a adaptação da *Social Media Integration Use Scale* para Portugal e também, a autorização para modificar esta escala de forma aos seus itens serem

aplicáveis ao uso do *Instagram* (Anexo 4). De seguida, foi solicitado o parecer à Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa, tendo sido dado parecer positivo por esta à realização deste projeto de investigação (Anexo 5). Quanto à autorização para utilização da versão portuguesa da Escala de Satisfação com a Vida foi fornecida diretamente por Diener, através do seu website, onde disponibiliza, também o próprio instrumento em livre acesso.

Obtidas todas estas autorizações, procedeu-se à elaboração dos questionários em versão eletrónica, mais especificamente, através do formulário do *Google Forms* e o convite à participação no estudo foi executado através das redes sociais.

É de salientar que presente investigação está integrada num estudo mais amplo sobre redes sociais. O estudo em questão, assenta sobre a rede social Instagram.

Quanto à seleção de participantes ocorreu sobre o cumprimento de três condições fundamentais: **(1)** serem maiores de idade, ou seja, indivíduos adultos com idade igual ou superior a 18 anos; **(2)** portugueses ou com domínio da língua portuguesa; **(3)** capazes de dar a sua autorização informada de forma livre.

Os participantes responderam aos questionários após darem a sua autorização de forma livre e esclarecida. Foram devidamente informados da livre possibilidade de aceitar ou não participar, e foi-lhes assegurado que dessa decisão não resultam quaisquer consequências para si. Foram também, informados de que seriam livres de desistir em qualquer momento, mesmo tendo começado a responder aos questionários. Foi-lhes concebida, ainda, a possibilidade de esclarecerem todas as dúvidas junto das responsáveis pelo projeto de investigação através dos e-mails disponibilizados. O modelo de solicitação participação adotado encontra-se em anexo (Anexo 6).

É imprescindível referir que não foram recolhidos dados pessoais dos participantes que os permitissem identificar. A autorização para a participação ocorreu da seguinte forma, com uma caixa relativa à autorização no estudo de forma a que o participante pudesse assinalar o seu consentimento, caso o respondente não a assinalasse, o programa automaticamente não permitia a passagem para a próxima fase, de acesso e resposta aos questionários. Os dados foram codificados numa base de dados em que não constavam quaisquer informações que permitirem identificar os respondentes. A recolha decorreu entre os meses de Novembro e Dezembro de 2018. Os dados recolhidos foram codificados numa base de dados em Excel e, posteriormente, transferidos para o

Statistical Package for Social Sciences (SPSS), com o objetivo de se proceder à análise pormenorizada dos mesmos.

Apenas os investigadores envolvidos no projeto tiveram acesso aos questionários respondidos e à base de dados que foi construída. Os participantes foram informados de que os resultados nunca seriam transmitidos nominalmente e que todas as comunicações (dirigidas a públicos de contexto científico ou outros) relativas aos resultados apenas diriam respeito ao grupo avaliado e em momento algum a indivíduos específicos, assegurando-se em todos os momentos a confidencialidade e anonimato no que respeita aos dados recolhidos.

Resultados

Os resultados estatísticos recolhidos e tratados que a seguir serão objeto de apresentação serão expostos em forma de quadros, mediante a ordem, já anteriormente.

No quadro 1 serão apresentados os resultados estatísticos descritivos da amostra total.

Quadro 1.
Estatística descritiva da amostra total

	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram)	6,00	30,00	15,0773	5,85611
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias)	4,00	20,00	15,1768	3,48516
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram	1	5	2,14	1,120
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar	1	5	2,31	1,024

Quadro 1.
Estatística descritiva da amostra total (Cont.)

	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram	1	5	2,96	1,327
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram	1	5	2,78	1,258
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram	1	5	2,24	1,137
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais	1	5	2,65	1,164
Gosto de verificar a minha conta de Instagram	1	5	3,73	1,035
Não gosto de usar o Instagram	1	5	4,17	,840
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária	1	5	3,67	1,222
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram	1	5	3,60	1,111

Como é possível constatar na tabela, tendo em conta os valores mínimos e máximos, os participantes indicaram valores mais elevados nos itens “Gosto de verificar a minha conta de Instagram”, “Não gosto de usar o Instagram”, “Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária” e por último, “Reajo ao conteúdo que as pessoas partilham no Instagram.”

Para analisar a diferença entre dois grupos, no caso, as diferenças entre o sexo feminino e o sexo masculino realizou-se um *teste t de student*. No quadro 2, podemos observar esses resultados.

Quadro 2.
Diferenças entre sexos

	Feminino		Masculino	
	M	DP	M	DP
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram) <i>t= ,828; p= 0,408</i>	15,3252	5,80629	14,5517	5,97707
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias) <i>t= 2,280; p= 0,24</i>	15,5726	3,40772	14,3158	3,52622
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram <i>t= -0,087; p=0,931</i>	2,14	1,136	2,15	1,096
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar <i>t= -0,300; p= 0,765</i>	2,29	0,986	2,34	1,108
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram <i>t= 2,137; p= 0,034</i>	3,11	1,317	2,66	1,308
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram <i>t= 1,232; p=0,220</i>	2,85	1,267	2,61	1,232
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram <i>t= 0,164; p= 0,870</i>	2,25	1,123	2,22	1,175
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais <i>t= 0,262; p=0,793</i>	2,67	1,174	2,62	1,152
Gosto de verificar a minha conta de Instagram <i>t=2,981; p=0,004</i>	3,90	0,935	3,38	1,152
Não gosto de usar o Instagram <i>t= 1,230; p=0,220</i>	4,22	0,870	4,05	0,766
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária <i>t= 1,685; p= 0,094</i>	3,77	1,175	3,45	1,300
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram <i>t= 1,444; p= 0,151</i>	3,69	1,062	3,43	1,201

Verificaram-se diferenças estatisticamente significativas na pontuação obtida nos itens “Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram” e “Gosto de verificar a

minha conta de Instagram”. Os indivíduos do sexo feminino apresentam valores mais elevados quanto à integração do Instagram nas suas rotinas diárias, inclusive ficariam mais desapontadas se não pudessem utilizar o Instagram e gostam mais de verificar a conta do Instagram.

Com o intuito de analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a variável idade e a variável Conexão Emocional e Integração do uso do Instagram nas rotinas diárias foi realizado o Teste de Correlação de Pearson. O quadro abaixo apresenta os resultados obtidos (Quadro 3).

Quadro 3.

Correlação entre a idade e variável Conexão Emocional e Rotinas Diárias

	Idade	
	<i>r</i>	<i>p</i>
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram)	-0,163*	0,033
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias)	-0,283**	0,000
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram	-0,081	0,293
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar	-0,085	0,270
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram	-0,165*	0,030
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram	-0,151*	0,047
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram	-0,130	0,090
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais	-0,193*	0,012
Gosto de verificar a minha conta de Instagram	-0,210**	0,006
Não gosto de usar o Instagram	-,205**	0,007
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária	-,305**	0,000
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram	-,192	0,012

Existe uma correlação estatisticamente significativa, negativa muito fraca a fraca entre a idade e as subescalas e entre os itens “Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram”; “Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram”, “O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais”, “Gosto de verificar a minha conta de Instagram”, “Não gosto de usar o Instagram” e por último, “Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária” relativamente à idade. Desta forma, podemos afirmar que estas correlações encontram-se negativamente relacionadas.

De seguida, foi realizada uma ANOVA para analisar se existem diferenças entre participantes com distintos níveis de escolaridade, relativamente à Conexão Emocional com o Instagram e à Integração do Instagram nas rotinas diárias. O quadro 4 retrata os resultados obtidos.

Quadro 4.

Diferenças entre participantes com diferentes níveis de escolaridade quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

	Ensino Básico (N=8)		Ensino Secundário (N=52)		Ensino Superior (N=147)	
	M	DP	M	DP	M	DP
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram) <i>F= 1,321; p= 0,257</i>	12,8571	5,24177	14,6364	6,02742	15,3438	5,85445
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias) <i>F= 4,182; p= 0,001</i>	12,3333	2,06559	14,3864	4,18311	15,5504	3,19903
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram <i>F= 1,138; p= 0,342</i>	2,00	1,000	2,11	1,166	2,16	1,126
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar <i>F= 1,005; p= 0,416</i>	2,14	0,900	2,18	1,063	2,35	1,026
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram <i>F= 1,160; p= 0,331</i>	2,43	1,134	2,77	1,309	3,05	1,334

Quadro 4.

Diferenças entre participantes com diferentes níveis de escolaridade quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias (Cont.)

	Ensino Básico (N=8)		Ensino Secundário (N=52)		Ensino Superior (N=147)	
	M	DP	M	DP	M	DP
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram <i>F= 0,700; p= 0,624</i>	2,43	1,134	2,59	1,245	2,85	1,273
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram <i>F= 1,851; p= 0,105</i>	1,86	0,900	2,32	1,216	2,24	1,126
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais <i>F= 1,621; p= 0,157</i>	2,00	0,816	2,66	1,219	2,70	1,157
Gosto de verificar a minha conta de Instagram <i>F= 3,359; p= 0,006</i>	3,29	0,756	3,55	1,170	3,81	0,993
Não gosto de usar o Instagram <i>F= 3,554; p= 0,004</i>	3,50	1,049	3,95	1,033	4,26,	0,734
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária <i>F= 2,791; p= 0,019</i>	2,71	1,254	3,45	1,337	3,78	1,159
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram <i>F= 2,048; p= 0,074</i>	3,00	0,816	3,43	1,228	3,70	1,080

Os resultados obtidos permitem referir a existência de diferenças estatisticamente significativas entre participantes com diferenças nos níveis de escolaridade quanto à Integração do Instagram nas rotinas diárias, a “Gostar de verificar a minha conta de Instagram”, a “Não gostar de usar o Instagram” e por último, “Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária”. Verifica-se que a Integração do Instagram nas rotinas diárias, gostar de verificar a conta de Instagram, e o usar o Instagram como algo que pertence à rotina diária parece ser maior nos participantes do ensino superior, sendo que não gostar de usar o Instagram é mais frequente nos participantes, com habilitações ao nível do ensino básico.

De seguida, foi realizada, novamente uma ANOVA para comparar as diferenças entre participantes com distintas atividades profissionais relativamente à Conexão Emocional com o Instagram e à Integração do Instagram nas rotinas diárias. O quadro 5 retrata os resultados obtidos.

Quadro 5.

Diferenças entre participantes com diferentes atividades profissionais quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

	Ativo/Empregado (n=110)		Estudante (n=33)		Trabalhador-estudante (n=20)		Desempregado (n=14)		Doméstico (n=1)		Reformado (n=2)	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram) $F= 1,321$; $p= 0,257$	14,2909	5,73632	16,5152	6,49577	16,7500	6,02517	15,7857	4,44070	16,0000	.	11,5000	7,77817
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias) $F= 4,182$; $p= 0,001$	14,7568	3,54508	16,7273	2,55285	15,8000	3,65052	14,7857	2,86030	16,0000	.	4,0000	.
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram $F= 1,138$; $p= 0,342$	2,00	1,065	2,30	1,311	2,55	1,099	2,36	1,082	2,00	.	2,00	1,414

Quadro 5.

Diferenças entre participantes com diferentes atividades profissionais quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias (Cont.)

	Ativo/Empregado (n=110)		Estudante (n=33)		Trabalhador-estudante (n=20)		Desempregado (n=14)		Doméstico (n=1)		Reformado (n=2)	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar <i>F</i> = 1,005; <i>p</i> = 0,416	2,19	0,991	2,45	1,175	2,60	1,046	2,57	0,852	2,00	.	2,00	1,414
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram <i>F</i> = 1,160; <i>p</i> = 0,331	2,79	1,322	3,30	1,357	3,25	1,333	3,00	1,177	4,00	.	2,50	2,121
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram <i>F</i> = 0,700; <i>p</i> = 0,624	2,65	1,250	2,94	1,368	3,00	1,257	2,93	0,997	4,00	.	2,50	2,121
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram <i>F</i> = 1,851; <i>p</i> = 0,105	2,12	1,063	2,42	1,347	2,65	1,137	2,50	1,092	1,00	.	1,00	0,000

Quadro 5.

Diferenças entre participantes com diferentes atividades profissionais quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias (Cont.)

	Ativo/Empregado (n=110)		Estudante (n=33)		Trabalhador-estudante (n=20)		Desempregado (n=14)		Doméstico (n=1)		Reformado (n=2)	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais <i>F= 1,621;</i> <i>p= 0,157</i>	2,56	1,181	3,09	1,234	2,70	0,979	2,43	1,016	3,00	.	1,50	0,707
Gosto de verificar a minha conta de Instagram <i>F= 3,359;</i> <i>p= 0,006</i>	3,61	1,037	4,09	0,914	3,80	1,196	4,00	0,555	4,00	.	1,50	0,707
Não gosto de usar o Instagram <i>F= 3,554;</i> <i>p= 0,004</i>	4,15	0,800	4,36	0,929	4,20	0,768	4,00	0,679	4,00	.	1,00	.
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária <i>F= 2,791;</i> <i>p= 0,019</i>	3,48	1,285	4,21	0,927	4,05	0,999	3,50	1,160	4,00	.	2,50	2,121
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram <i>F= 2,048;</i> <i>p= 0,074</i>	3,51	1,119	4,06	0,864	3,75	1,164	2,29	1,139	4,00	.	2,50	2,121

Os resultados obtidos permitem referir a existência de diferenças estatisticamente significativas entre participantes com distintas atividades profissionais quanto à Integração do Instagram nas rotinas diárias, a gostar de verificar a conta de Instagram e a não gosto de usar o Instagram e usar o Instagram como sendo parte da rotina diária. São os estudantes quem mais integra o Instagram na rotina diária e os reformados os que menos o fazem. São também, os estudantes que mais gostam de verificar a conta do Instagram e os reformados que menos verificam. Quanto a não gostar de usar o Instagram e tendo em conta, aqui, este item com uma cotação invertida, são os estudantes que menos concordam com esta afirmação e os reformados que mais concordam.

Seguidamente, foi realizada, novamente, uma ANOVA para comparar participantes com diferentes frequências de uso do Instagram, quanto à Conexão Emocional com o Instagram e à Integração do Instagram nas rotinas diárias. É possível verificar esses resultados no quadro 6.

Quadro 6.

Diferenças entre participantes com diferentes frequências do uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Todos os dias (n=146)		4 a 6 dias por semana (n=11)		1 a 3 dias por semana (n=8)		Pelo menos uma vez por mês (n=3)		Raramente (n=12)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram)	$F= 5,699$ $p.= 0,000$	16,0479	5,64017	12,1818	5,41882	9,2500	3,05894	12,6667	5,50757	11,1667	5,68624
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias)	$F=29,955$ $p= 0,000$	1,1918	2,75008	13,5455	2,11488	10,5000	1,60357	12,0000	2,00000	8,8333	3,01008
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram	$F= 1,898$ $p= 0,113$	2,24	1,144	1,73	1,104	1,38	,518	2,00	1,000	1,83	,937
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar	$F= 2,921$ $p= 0,023$	2,41	1,033	1,91	,944	1,50	,535	2,67	,577	1,83	,937

Quadro 6.

Diferenças entre participantes com diferentes frequências do uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Todos os dias (n=146)		4 a 6 dias por semana (n=11)		1 a 3 dias por semana (n=8)		Pelo menos uma vez por mês (n=3)		Raramente (n=12)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram	$F=6,654$ $p=0,000$	3,20	1,290	2,27	1,104	1,63	,744	2,00	1,000	2,00	1,128
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram	$F=6,433$ $p=0,000$	2,99	1,236	2,18	1,079	1,50	,535	2,00	1,000	1,83	,937
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram	$F=2,052$ $p=0,089$	2,35	1,163	1,82	1,079	1,50	,535	2,00	1,000	1,83	,937
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais	$F=4,324$ $p=0,002$	2,82	1,139	2,27	1,191	1,75	,886	2,00	1,000	1,83	,937
Gosto de verificar a minha conta de Instagram	$F=10,218$ $p=0,000$	3,93	,896	3,36	1,027	3,00	1,069	3,67	,577	2,33	1,155

Quadro 6

Diferenças entre participantes com diferentes frequências do uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Todos os dias (n=146)		4 a 6 dias por semana (n=11)		1 a 3 dias por semana (n=8)		Pelo menos uma vez por mês (n=3)		Raramente (n=12)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Não gosto de usar o Instagram	$F=19,561$ $p=,000$	4,36	0,684	3,91	0,539	3,75	0,707	3,00	1,000	2,67	0,985
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária	$F=29,871$ $p=000$	4,03	0,975	2,91	0,831	1,63	0,518	2,00	1,000	1,83	0,937
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram	$F=15,712$ $p=000$	3,85	0,953	3,36	1,027	2,13	1,126	3,33	0,577	2,00	0,953

Verifica-se a existência de diferenças estatisticamente significativas entre participantes com diferentes frequências de uso do Instagram relativamente à conexão emocional com o Instagram e à integração do Instagram nas rotinas diárias, globalmente consideradas, assim como relativamente a todos os itens individualmente considerados, com uma única exceção, o item “Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram”. Para todos os valores são superiores no grupo de participantes que usa o Instagram todos os dias.

Seguidamente, foi realizada, novamente, uma ANOVA para os participantes com diferentes tempos de uso do Instagram quanto à conexão emocional e à integração do uso do Instagram nas rotinas diárias (Quadro 7).

Quadro 7.

Diferenças entre participantes com diferentes tempos de uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Menos de 10 minutos (n= 24)		10-30 minutos (n=26)		31-60 minutos (n=24)		1-2 horas (n=28)		2-3 horas (n=28)		Mais de 3 horas (n=50)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Fator 1 (Conexão Emocional com o Instagram)	$F=9,405$ $p=0,000$	9,9167	4,41260	13,6154	4,16727	12,7917	5,23350	15,8571	5,77167	17,7500	6,04076	17,4200	5,45142
Fator 2 (Integração do Instagram nas rotinas diárias)	$F=17,851$ $p=0,000$	10,4583	3,34897	14,3462	3,18675	15,5000	2,14679	15,7500	2,74368	16,2500	3,38433	16,8600	2,50721
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram	$F=3,512$ $p=0,005$	1,58	0,881	1,93	0,917	1,88	0,900	2,32	1,124	2,71	1,329	2,20	1,161
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar	$F=4,839$ $p=0,000$	1,71	0,806	2,07	0,781	1,88	0,850	2,54	1,105	2,68	1,124	2,56	1,033

Quadro 7.

Diferenças entre participantes com diferentes tempos de uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Menos de 10 minutos (n=24)		10-30 minutos (n=26)		31-60 minutos (n=24)		1-2horas (n=28)		2-3 horas (n=28)		Mais de 3 horas (n=50)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram	$F=7,886$ $p=0,000$	1,71	0,908	2,81	1,167	2,75	1,422	2,96	1,347	3,46	1,170	3,46	1,232
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram	$F=10,786$ $p=0,000$	1,58	0,717	2,70	1,031	2,17	1,204	2,82	1,249	3,25	1,206	3,38	1,159
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram	$F=6,504$ $p=0,000$	1,58	0,717	1,93	0,958	1,71	0,751	2,21	1,067	2,68	1,249	2,72	1,246
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais	$F=7,631$ $p=0,000$	1,75	0,897	2,15	0,770	2,42	1,139	3,00	1,155	2,96	1,170	3,10	1,147
Gosto de verificar a minha conta de Instagram	$F=12,139$ $p=0,000$	2,54	1,351	3,41	1,047	3,96	0,550	3,82	0,772	4,11	0,956	4,12	0,718

Quadro 7.

Diferenças entre participantes com diferentes tempos de uso do Instagram quanto à percepção de conexão emocional e integração do Instagram nas rotinas diárias

		Menos de 10 minutos (n=24)		10 -30 minutos (n=26)		31-60 minutos (n=24)		1-2 horas (n=28)		2-3 horas (n=28)		Mais de 3 horas (n=50)	
		M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Não gosto de usar o Instagram	$F=7,295$ $p=0,000$	3,38	1,096	4,00	0,800	4,21	0,588	4,32	0,723	4,29	0,897	4,48	0,580
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária	$F=20,715$ $p=0,000$	1,92	1,018	3,41	1,217	3,75	0,989	3,89	0,994	4,07	0,940	4,28	0,834
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram	$F=5,762$ $p=0,000$	2,63	1,245	3,52	1,122	3,58	0,881	3,71	0,897	3,79	1,258	3,98	0,915

Os resultados obtidos permitem referir a existência de diferenças estatisticamente significativas entre com diferentes tempos de uso do Instagram relativamente à conexão emocional e à integração do uso do Instagram nas rotinas diárias, globalmente considerados, mas também em relação aos itens individuais que integram o instrumento, sendo que as pontuações mais elevadas se encontram maioritariamente entre aqueles que usam “2 a 3 horas” e os que usam “mais de 3 horas”.

Com o intuito de perceber a falta que o Instagram faria se não fosse mais possível aceder, realizou-se uma análise de frequências, no quadro abaixo é possível verificar os resultados obtidos.

Quadro 8.
Sentir falta do Instagram

Se não pudesse mais aceder ao Instagram, iria sentir a sua falta?	n	%
Não	63	30,4
Sim	128	61,8
Omissos	16	7,7
Total	207	100,0

Como é possível verificar na tabela, a maioria dos indivíduos referem sentir a falta do Instagram na impossibilidade de não poder aceder a este.

Com o intuito de analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a Satisfação com a Vida, a Conexão Emocional e a Integração do uso das redes sociais nas rotinas diárias foi realizado o Teste de Correlação R de Pearson. (Quadro 9).

Quadro 9.
Correlação entre a Conexão Emocional, Integração do uso do Instagram e Satisfação com a Vida

	Satisfação com a vida	
	<i>r</i>	<i>p</i>
Factor 1 (Conexão Emocional)	0,102	0,174
Factor 2 (Rotinas Diárias)	0,302**	0,000
Sinto-me desligado quando não estou conectado no Instagram	0,045	0,549
Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar	0,090	0,227
Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram	0,104	0,166

Quadro 9.
Correlação entre a Conexão Emocional, Integração do uso do Instagram e Satisfação com a Vida

Satisfação com a vida		
	<i>r</i>	<i>p</i>
Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram	0,111	0,137
Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram	0,032	0,671
O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais	0,120	0,111
Gosto de verificar a minha conta de Instagram	0,242**	0,001
Não gosto de usar o Instagram	0,142	0,058
Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária	0,287**	0,000
Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram	0,296**	0,000

A satisfação com a vida revelou estar correlacionada de forma estatisticamente significativa com a integração do Instagram nas rotinas diárias, sendo essa correlação positiva e fraca. Verificou ainda existir uma correlação estatisticamente significativa positiva e fraca entre a satisfação com a vida e gostar de verificar a conta de Instagram, entre o uso do Instagram como sendo parte da rotina diária e por último, reagir ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram.

Discussão

O presente estudo pretendeu verificar se existem diferenças entre as variáveis referidas já anteriormente e a integração do uso do Instagram nas rotinas diárias, assim como verificar se existem diferenças entre as mesmas variáveis e a perceção emocional que decorre desse uso. Além disso, conferir como os indivíduos descrevem o uso do Instagram e analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso do Instagram e a satisfação com a vida em adultos portugueses. De acordo com os resultados obtidos, é possível afirmar que o sexo feminino integra mais o uso do Instagram nas suas rotinas diárias do que o sexo masculino. No que diz respeito à idade é possível constatar que a integração do uso do Instagram nas rotinas

diárias e a conexão emocional que decorre desse uso encontram-se negativamente relacionadas. Isto significa que consoante o aumento da idade a integração do Instagram nas rotinas diárias e a conexão emocional que decorre desse uso diminui. De acordo com Nitzburg e Farber (2013), a baixa idade é significativamente preditiva de um número maior de horas gastas nas redes sociais, o que permite ir ao encontro do resultado. Quanto à escolaridade é possível afirmar que existe valores mais elevados para o grupo de participantes que refere um nível de escolaridade correspondente ao Ensino Secundário e ao Ensino Superior. Quanto à atividade profissional é possível verificar que o uso do Instagram nas suas rotinas diárias difere consoante a atividade profissional. A atividade profissional em que se verificou um maior uso do Instagram nas rotinas diárias corresponde ao ser-se Estudante, Trabalhador-estudante e Doméstico. De uma forma geral, é possível que estes resultados estejam relacionados com o facto das redes sociais serem muito mais atraentes para os jovens, que com maior frequência, tendem a ficar “obcecados” em partilhar informações pessoais, fotos e vídeos com outras pessoas (Popova, 2011). No caso da atividade profissional “Doméstico”, supõe-se que a utilização do Instagram pertença à utilização da rotina diária por existir uma propensão para uma maior disponibilidade de tempo para se dedicar à sua utilização, aspeto que deverá ser explorado em estudos futuros.

De acordo com os resultados, os indivíduos descrevem o uso do Instagram como sendo feito de uma forma diária, ou seja, a maioria dos indivíduos afirma utilizar o Instagram todos os dias, com um tempo de uso correspondente entre 2 a 3 horas e mais de 3 horas por dia, além disso, a maioria dos indivíduos afirmam sentir a falta do Instagram na impossibilidade de não conseguirem mais aceder.

Estes resultados permitem-nos concluir que os indivíduos integram o Instagram nas suas rotinas diárias. De acordo com Huang e Su (2018), num estudo realizado na China foi possível verificar também, a integração do Instagram diariamente e com um tempo de uso entre 1 a 3 horas e mais de 3 horas por dia (Huang & Su, 2018).

Quanto aos resultados obtidos para verificar se existia uma relação estatisticamente significativa entre a satisfação com a vida em adultos portugueses e a integração do uso do Instagram nas rotinas diárias e a conexão emocional que decorre de esse uso é possível afirmar que a integração do Instagram nas rotinas diárias assume um valor significativo quanto à satisfação com a vida, assim como, gostar de

verificar a conta de Instagram, usar o Instagram na rotina diária e reagir ao conteúdo que as outras pessoas partilham. Ou seja, é possível afirmar que a integração do Instagram nas rotinas diárias por adultos portugueses e conexão emocional que decorre desse estão associadas a maior satisfação com a vida. Seria relevante, explorar esse aspeto em estudos futuros, tentando compreender quando essa integração do uso do Instagram nas rotinas diárias e a conexão emocional saem dos limites do funcional e se tornam formas de funcionar perturbadas.

Relativamente às limitações do estudo, seria importante em estudos futuros compreender a forma como o Instagram é utilizado pelos indivíduos, se é utilizado como uma rede pessoal ou como uma rede profissional, pois isso poderá ter diferido na forma como o impacto do Instagram é percebido pelos adultos.

Considera-se importante, tendo em conta a dimensão da amostra e a complexidade que o tema trás consigo, realizar estudos longitudinais com amostras mais alargadas, uma vez que, estes permitiriam analisar o efeito de distintos fatores neste domínio. Como, por exemplo, conhecer o impacto que o Instagram tem nas vidas dos adultos portugueses.

Seria importante também, em estudos futuros compreender as motivações dos jovens por consumirem o Instagram em maioria, a idade parece ser um fator importante quanto à utilização desta rede social.

Referências

- Asur, S., & Huberman, B. A. (2010). Predicting the future with social media. *Proceedings - 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence, WI 2010, 1*, 492–499. <https://doi.org/10.1109/WI-IAT.2010.63>
- Bojovic, Z., Kllpa, D., Secerov, E., & Senk, V. (2017). Smart government - from information to smart society. *Journal of the Institute of Telecommunications Professionals, 11*, 33–39. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-09450-2>
- Bright, J., & DWP. (2014). *The use of social media for research and analysis: A feasibility study*. <https://doi.org/10.1128/MCB.10.6.2695>. Updated
- Dion, N. A. (2016). The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction.

- Drahošová, M., & Balco, P. (2017). The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union. *Procedia Computer Science*, *109*, 1005–1009. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.05.446>
- Facebook. (2012a). *Newsroom Facebook*. Retirado de: <http://newsroom.fb.com/>.
- Pestana, P. & J. Gageiro. (2000): *Análise de dados para ciências sociais. A complementaridade do SPSS*. Edições Sílabo, 2a Ed., Lisboa.
- Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, *10*(8). <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- INE. (2015). *Sociedade da Informação e do conhecimento - Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jneumeth.2007.03.025>
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, *27*(1), 365–372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.015>
- OberCom. (2014). A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2014. Retirado de <https://obercom.pt/a-internet-em-portugal-sociedade-em-rede-2014/>
- Li, T., Xie, C., & Jiao, H. (2017). Assessing fit of alternative unidimensional polytomous IRT models using posterior predictive model checking. *Psychological Methods*, *22*(2), 397–408. <https://doi.org/10.1037/met0000082>
- Marktest Consulting (2017). *Os portugueses e as redes sociais 2017*. Retirado de http://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_redes_sociais_2017.pdf.
- Nitzburg, G. C., & Farber, B. A. (2013). Putting up emotional (Facebook) walls? Attachment status and emerging adults' experiences of social networking sites. *Journal of Clinical Psychology*, *69*(11), 1183–1190.

<https://doi.org/10.1002/jclp.22045>

Pérez-Latre, F. J., & Blanco, I. P. Y. C. S. (2011). Social networks, media and audiences: *Comunicación y Sociedad*, 24(1), 63–74.

Popova, D. (2011). The good and bad of social networks. Retirado de: http://research.bfu.bg:8080/jspui/bitstream/123456789/86/1/BFU_2011_T_XXV_Popova.pdf

Stone, B. (2009). *Breakfast can wait: The day's first stop is online*. New York Times August 10. Retirado de: http://www.nytimes.com/2009/08/10/technology/10morning.html?_r=2.

Zenha, L. (2018). *Redes sociais online : O que são as redes sociais e como se organizam ?*, 49 (1), 19-42. Retirado de: <http://revista.uemg.br/index.php/cadernodeeducacao/article/view/2809>

World Stats. (2014). *Internet World Stats*. Retirado de: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

Conclusão

Com a elaboração do artigo de revisão de literatura ficou claro, através dos estudos analisados, que os indivíduos integram o uso das redes sociais nas rotinas diárias. Constata-se que os jovens utilizam as redes sociais no seu quotidiano, por períodos de tempo superiores a 2 horas diárias e ainda que são precisamente estes os utilizadores mais assíduos das redes sociais. Constou-se também o uso das redes sociais como forma de contacto seletivo, eficiente e imediato com os outros. Ficou ainda perceptível a forma como as diferenças individuais influenciam o comportamento dos indivíduos nas redes sociais, apontado para aspetos pessoais relacionados com a extroversão, introversão, neuroticismo, narcisismo, solidão e a ansiedade. Assim, foi possível constatar que existe uma conexão emocional associada às redes sociais.

No que respeita ao artigo relativo ao estudo empírico, destaca-se que o uso das redes sociais, no caso o Instagram, é parte integrante das rotinas diárias, sendo esse

uso mais frequente nos participantes em faixa etária mais jovens, tal como se havia constado na revisão sistemática anteriormente realizada.

Nos resultados obtidos neste estudo torna-se relevante destacar a forma como a utilização do Instagram nas rotinas diárias por adultos portugueses tem um impacto na sua satisfação com a vida. Importa salientar que este resultado merece a atenção de futuros investigadores, assim como a conexão emocional associada ao uso das redes sociais, pois, como ilustrado neste estudo, e também pela literatura existente, as redes sociais têm um inegável potencial para ter um sério impacto nos utilizadores, elucidando a necessidade de entender melhor o impacto que eles têm.

Constatou-se também que as mulheres se envolvem mais com o Instagram do que os homens. Portanto estas diferenças em relação ao sexo seria também um aspeto a ter em conta para futuras pesquisas. Considera-se ainda importante que futuras investigações se concentrem sobre os impactos psicológicos e psicossociais do uso das redes sociais.

De acordo Jenkins-Guarnieri, Wright & Johnson (2013), as redes sociais estão, progressivamente, a tornar-se proeminentes nas nossas vidas e representam, atualmente, o principal meio de comunicação de indivíduos, grupos e organizações (Jenkins-Guarnieri et al. 2013). Face ao alcance, é natural que a atenção de investigadores, académicos e industriais se volte cada vez mais para as redes sociais. Contudo, de acordo Popova (2011), embora os benefícios sejam inegáveis, as redes sociais trouxeram riscos associados. O facto de travessar barreiras geográficas entende-se como uma das suas vantagens, tal como interagir com muitas pessoas ao mesmo tempo, ter acesso a diferentes culturas e lugares, promover-se e promover negócios, serviços ou produtos, envolver-se em certas ações sem controle ou interferência e promover a autonomia social. Contudo apresentam-se como desvantagens o facto de ter um impacto negativo na escolaridade e no emprego, na segurança pessoal, na comunicação e na segurança nacional (Popova, 2011).

Quanto às limitações sentidas na realização do presente estudo, destaca-se a escassez de tempo e recursos que acabaram por limitar este estudo à rede mais ampla de amigos e colegas que me foi possível abranger através da minha conta pessoal do Facebook. Assim sendo, enquanto foram realizados esforços para atingir audiências

mais amplas, o tempo limitado acabou por restringir esse objetivo . Ou seja, a amostra obtida não é a ideal.

A presente investigação apresenta-se como um contributo à investigação académica, mais propriamente no que diz respeito à integração das redes sociais no quotidiano e pelo impacto positivo que a integração do Instagram nas rotinas diárias assume na satisfação com a vida dos adultos portugueses. Destaca-se como original pela inovação e por acrescentar à literatura conteúdo que merece expandir pelo impacto que a temática representa.

Fica claro que as redes sociais são a ferramenta mais atual que utilizamos para fazer algo que sempre fizemos que é comunicar com os outros. A evolução trouxe-nos este mundo mais virtual que não é bom nem mau. O Instagram, por ser parte integrante das rotinas diárias dos portugueses e ter um impacto positivo na sua satisfação com a vida, é algo que merece toda a atenção, pois algo que é feito de uma forma tão frequente traz efeitos associados. Atualmente, pensarmos na possibilidade de nos desconectarmos das redes sociais por um tempo indeterminado permite-nos refletir sobre alguns comportamentos que manifestamos. Como se tudo à nossa volta tivesse que ser partilhado e pensando em função do mundo virtual e no fim é despendido mais tempo nisso do que propriamente no disfrutar dos momentos.

De acordo com Bashir e Bhat (2017) o uso de redes sociais tem como efeitos associados a ansiedade, a depressão e o stress (Bashir e Bhat, 2017). Estes resultados permitem-nos refletir sobre o que é que as redes sociais estão a fazer com a sociedade. A presente investigação permitiu verificar que despendemos mais de duas horas diárias nas redes sociais. A forma como retiramos proveito desse tempo é crucial. É possível afirmar que não é o Instagram que impinge aos indivíduos gostarem das fotos ou a escreverem comentários destrutivos. Ou seja, a rede social em si não tem qualquer tipo de controlo sobre os comportamentos dos indivíduos, isto significa que é a forma com os indivíduos se envolvem e a interpretação que fazem do conteúdo que consomem nas redes sociais que é impactante. Exemplos disto são a constante comparação à vida dos outros, bem como o facto de tudo ser visualmente aliciante. Este tipo de associações que os indivíduos fazem acabam por induzir pensamentos muitas vezes negativos. Como Nitzburg & Farber (2013), referem, a visualização dos

conteúdos a que os indivíduos estão expostos pode estar relacionado com o aumento de sentimentos de inveja e da diminuição da satisfação com a vida (Nitzburg & Farber, 2013). Ou seja, a forma como utilizamos as redes sociais merece ser repensada. Pensar em estratégias para melhorar aspetos que possam constituir uma ameaça para a nossa saúde mental é importante, para isso devemos ter em conta o que consumimos nas redes sociais. Em suma, cada indivíduo deveria tentar compreender o que funciona ou não para si. Perceber a forma como reagimos ao conteúdo que visualizamos nas redes sociais é importante. Por exemplo, se a baixa autoestima é algo que está presente na vida de um indivíduo, consumir conteúdos nas redes sociais que possam afetar negativamente nesse sentido é um aspeto a considerar eliminar.

As redes sociais são uma ferramenta com muito potencial que podem ser utilizadas de uma forma positiva. Por exemplo, de acordo com Gandy-Guedes et al. (2016), a utilização da rede social Facebook permitiu a um grupo de trabalhadores partilhar os seus sucessos, receber incentivo e obter apoio emocional (Gandy-Guedes et al. 2016).

A forma como cada indivíduo integra as redes sociais na sua rotina diária difere de caso para caso, contudo se e a utilização diária do Instagram for feita de um modo positivo, ou seja, sendo utilizado de forma a retirar o que de mais benéfico contem, poderá dar um contributo positivo à satisfação com a vida. Na minha opinião, se esta rede social for capaz de acrescentar algo positivo à vida de cada indivíduo, tal como transformar-se numa fonte de inspiração, motivação e de prazer, constituiria uma excelente forma de utilização deste meio.

Referências

Bojovic, Z., Kllpa, D., Secerov, E., & Senk, V. (2017). Smart government - from information to smart society. *Journal of the Institute of Telecommunications Professionals*, 11, 33–39. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-09450-2>

Gasque, K. C. G. D. (2016). Internet, mídias sociais e as unidades de Informação: Foco no ensino-aprendizagem. *Brazilian Journal of Information Science: Research Trends*, 10(2), 2016. <https://doi.org/10.5016/10.5016/1981-16>

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and

validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.1037/a0030277>

OberCom. (2014). A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2014. Retirado de <https://obercom.pt/a-internet-em-portugal-sociedade-em-rede-2014/>

Markttest Consulting (2017) Os portugueses e as redes sociais 2017. Retirado de http://www.markttest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_redes_sociais_2017.pdf.

Moreira, L., Oliveira, D., & Gomes, R. (2013). *A Popularização das Redes Sociais e o Fenômeno da Orkutização.. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação*, 1–12. <https://doi.org/10.7764/cdi.36.647>

Santana, V. F. D. F. de, Melo-Solarte, D. S., Neris, V. V. P. de A., Miranda, L. C. de, & Baranauskas, M. C. C. (2009). Redes sociais online: Desafios e possibilidades para o contexto brasileiro. *Xxxvi Semish/Xxix Csbc*, 339–353. Retirado de http://metropoa.inf.ufrgs.br/anais/pdf/semish/st04_04.pdf

World Status. (2014). *Internet World Stats*. Retirado de: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

ANEXOS

Anexo 1. Questionário Sociodemográfico e de caracterização do uso de redes sociais

1. Sexo: Feminino, Masculino
2. Idade _____ anos
3. Atividade profissional - Ativo/Empregado - Estudante - Trabalhador-estudante - Desempregado - Doméstico - Reformado/aposentado - Outra.
Qual? _____
4. Qual o nível de escolaridade mais elevado que concluiu? 1o Ciclo do Ensino Básico / Escola Primária (1a à 4a classe) 2o Ciclo do Ensino Básico / Ensino Preparatório (5o e 6o ano) 3o Ciclo do Ensino Básico (do 7o ao 9o ano) Ensino Secundário (do 10o ao 12o ano) 1o Ciclo/ Licenciatura 2o Ciclo/ Mestrado 3o Ciclo/ Doutoramento Outro (Qual: _____)
5. Com que frequência acede à Internet? - Todos os dias - 4 a 6 dias por semana - 1 a 3 dias por semana - Pelo menos uma vez por mês - Raramente
6. Durante quantas horas utiliza a Internet por dia? _____ horas
7. Tem conta de Facebook? Não Sim
8. Com que frequência acede ao Facebook?

- Todos os dias - 4 a 6 dias por semana - 1 a 3 dias por semana - Pelo menos uma vez por mês - Raramente
9. No último mês, em média, quantos minutos por dia esteve ativo no Facebook? - menos de 10 minutos - 10-30 minutos - 31-60 minutos

- 1-2 horas - 2-3 horas

- mais de 3 horas
10. Se não pudesse mais aceder ao Facebook, iria sentir a sua falta?

Não Sim
11. Aproximadamente, quantos amigos tem no Facebook?

10 ou menos 11-50, 51-100, 101-150, 151-200 201-250, 251-300, 301-400, mais de 400
12. Já conheceu pessoas novas no Facebook?

- Não

- Sim

13. Se sim, chegou a conhecê-la(s) presencialmente off-line?

- Não

- Sim, todas

- Sim, algumas

14. Considerando essas pessoas que conheceu através do Facebook, alguma delas se tornou amigo próximo, ou seja, alguém com quem interage mais frequentemente

- Não

- Sim

15. Quais destes elementos estão visíveis na sua página de Facebook? (opções de resposta: Sim, Não, Não se aplica)

- A instituição na qual estuda/estudou - O seu local de trabalho - Área de residência - Uma foto de si sozinho/a

- Uma foto de si com outras pessoas - Os seus amigos de Facebook - Estado civil - Contatos pessoais (por exemplo, número de telefone, endereço de e-mail) Outros - quais? _____

16. Do seu ponto de vista, quem pensa que pode estar a consultar a sua informação pessoal no Facebook: (opções de resposta: Não, Sim, Não sei)

Os meus amigos de Facebook Os meus colegas de turma Outros amigos Pessoas conhecidas, mas que ainda não agreguei como amigas Pessoas desconhecidas (por exemplo, amigos dos meus amigos) Os meus familiares

Os meus professores Potenciais empregadores As Forças de Segurança

Por favor, indique o seu grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações:

	1 Discordo fortemente	2 Discordo	3 Não concordo, nem discordo	4 Concordo	5 Concordo fortemente
17. Tenho vários amigos no Facebook em quem confio para me ajudarem a resolver problemas					
18. Tenho amigos no Facebook a quem posso pedir conselhos quando tenho de tomar decisões importantes					
19. Tenho amigos no Facebook com quem me sinto à vontade para partilhar os meus problemas íntimos					
20. Quando me sinto sozinho, tenho vários amigos do Facebook com quem posso falar					
21. Não tenho amigos no Facebook que conheça assim tão bem para pedir alguma coisa importante					
22. Interagir com amigos no Facebook faz-me interessar por ideias diferentes					
23. Interagir com amigos no Facebook faz-me querer experimentar coisas novas					
24. Interagir com amigos no Facebook faz-me sentir parte de algo maior					
25. Uso o Facebook para procurar informação sobre pessoas que conheço socialmente					
26. Uso o Facebook para saber mais sobre as pessoas com quem estudo ou trabalho					
27. Uso o Facebook para me manter em contacto com antigos amigos					

28. Tem conta de Instagram?

- Não

- Sim

29. Com que frequência acede ao Instagram?

- Todos os dias
- 4 a 6 dias por semana
- 1 a 3 dias por semana
- Pelo menos uma vez por mês
- Raramente

30. No último mês, em média, quantos minutos por dia esteve ativo no Instagram?

- Menos de 10 minutos
- 10-30 minutos
- 31-60 minutos
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- mais de 3 horas

31. Se não pudesse mais aceder ao Instagram, iria sentir a sua falta?

- Não
- Sim

Anexo 2. Social Media Use Integration Scale - Instagram

Por favor, indique o seu grau de acordo ou desacordo com as seguintes afirmações:

	1 Discordo fortemente	2 Discordo	3 Não concordo, nem discordo	4 Concordo	5 Concordo fortemente
1. Sinto-me desligado dos amigos quando não estou conectado no Instagram					
2. Gostava que todas as pessoas usassem o Instagram para comunicar					
3. Ficaria desapontado se não pudesse usar o Instagram					
4. Fico aborrecido quando não me posso ligar ao Instagram					
5. Prefiro comunicar com os outros sobretudo através do Instagram					
6. O Instagram desempenha um papel importante nas minhas relações sociais					
7. Gosto de verificar a minha conta de Instagram					
8. Não gosto de usar o Instagram					
9. Usar o Instagram faz parte da minha rotina diária					
10. Reajo ao conteúdo que as outras pessoas partilham no Instagram					

Anexo 3. Escala de Satisfação com a Vida

SWLS

Encontra a seguir cinco afirmações com as quais pode concordar ou discordar. Utilizando a escala de 1 a 7 abaixo indicada, refira o seu grau de acordo com cada item colocando o número apropriado na linha que precede cada um deles. Procure ser sincero nas respostas que vai dar. Eis a escala de 7 pontos:

1 – totalmente em desacordo 2 – em desacordo 3 – mais ou menos em desacordo 4 – nem de acordo nem em desacordo 5 – mais ou menos de acordo 6 – de acordo 7 – totalmente de acordo

9. Em muitos aspectos, a minha vida aproxima-se dos meus ideais.

10. As minhas condições de vida são excelentes.

11. Estou satisfeito com a minha vida.

12. Até agora, consegui obter aquilo que era importante na vida.




13. Se pudesse viver a minha vida de novo, não alteraria praticamente nada.

1 2 1 2 1 2 1 2 1 2

3 4 3 4 3 4 3 4 3 4

5 6 7 5 6 7 5 6 7 5 6 7

Anexo 4. Solicitação aos autores

 **Samantha Dias** <samanthalvesdias@gmail.com> 23/02 ☆  

para Michael.Jenkin. ▾




Dear Dr. Michael Jenkins,

My name is Samantha Dias, I am a student of the Master degree Clinical and Health Psychology at Fernando Pessoa University, in Portugal. I am starting my master project focused in the social media use. I read your paper entitled "Development and Validation of a Scale of Integration of Social Media Use" and it really got my attention. I would like to request your authorization to adapt this instrument for the Portuguese population. Furthermore, I would also like to ask your permission to transform the original instrument to create a new version applied to Instagram, which is one the most used social media, in Portugal.

I look forward to hear from you soon.

Thank you very much for your attention.

Best regards,
Samantha Dias.

 **Michael Jenkins-Guarnieri** 25/02 ☆  

para mim ▾

Good afternoon,

Thanks for your interest in our scale, and you are certainly authorized to use this scale in your research and adapt it into other languages and orient the questions toward Instagram specifically. Just be sure to cite the original article appropriately.

Please let me know if you have any questions.

Thanks,
Dr. Jenkins

...

Anexo 5. Parecer à Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa

NTEGRAÇÃO DO USO DE REDES SOCIAIS POR ADULTOS NO SEU QUOTIDIANO

Responsáveis pelo projeto: Isabel Silva & Glória Jólluskin **Outros elementos da equipa:** Samantha Alves Dias (aluna do 2o ano do 2o Ciclo em Psicologia

Clínica e da Saúde, que realizará a sua tese de mestrado no âmbito deste projeto)

1. Objetivos da investigação:

- Adaptar e validar para a população portuguesa a Social Media Use Integration Scale.
- Reconstruir a Social Media Use Integration Scale ajustando-a à utilização do Instagram e validá-la para a população portuguesa.
- Descrever o uso das redes sociais, sua integração nas rotinas diárias e percepção da conexão emocional que decorre desse uso.
- Analisar se existe uma relação estatisticamente significativa entre a integração do uso de redes sociais e a satisfação com a vida em adultos portugueses.

2. Participantes:

Indivíduos maiores de idade, portugueses ou com domínio da língua portuguesa e que consintam na participação no presente estudo.

3. Instrumentos:

a) Questionário sócio-demográfico e de caracterização do uso de redes sociais (Anexo 1)

Questionário desenvolvido especificamente para o presente projeto com objetivo de recolher dados relativos a: sexo, idade, atividade profissional, escolaridade, frequência de acesso à Internet, se é utilizador do Facebook e com que frequência a ele acede, como se sentiria se não o pudesse utilizar, número de amigos no Facebook, se já conheceu pessoas pelo Facebook e se as conheceu pessoalmente a posteriori, quais os elementos que disponibiliza na sua página de Facebook, se é utilizador do Instagram, com que frequência a ele acede e como se sentiria se não o pudesse utilizar. Foram, ainda, incluídas questões, criadas especificamente para o presente estudo, que pretendem avaliar a percepção que o respondente tem relativamente ao apoio social que pensa dispor a partir dos seus amigos do Facebook e a sua percepção de ligação aos outros e ao mundo através do Facebook.

b) Social Media Use Integration Scale – versão portuguesa em estudo (Anexo 2). A versão original foi desenvolvida por Jenkins-Guanieri, Wright e Johnson (2013) com o objetivo de criar um instrumento que avaliasse a integração do comportamento social e rotinas diárias de utilizadores do Facebook, bem como a conexão emocional associada a esse uso. Esta escala de tipo Likert é constituída por 10 afirmações,

oferecendo ao respondente 5 opções de resposta, que variam entre Discordo Fortemente e Concordo Fortemente. A versão original revelou

apresentar boas qualidades psicométricas (Jenkins-Guarnieri et al., 2013). Os autores da versão original autorizaram a adaptação do instrumento para a população portuguesa (Anexo 4)

c) Social Media Use Integration Scale – versão para Instagram (Anexo 3). Este instrumento foi reconstruído a partir do Social Media Use Integration Scale de forma a que os seus itens se referissem ao uso do Instagram. Esta reconstrução foi realizada com a prévia autorização dos autores da versão original do instrumento (Anexo 4).

d) Escala de Satisfação com a Vida (Anexo 5) Escala desenvolvida por Diener, Emmons, Larsen e Griffin em 1985, com o objetivo de avaliar satisfação com a vida. Inclui cinco itens que constituem afirmações às quais o indivíduo responde numa escala ordinal de sete posições entre “totalmente em desacordo” e “totalmente de acordo”. Existem várias versões adaptadas para a população portuguesa, no entanto optou-se por adotar a versão disponibilizada por Diener no seu website, para a qual o autor concede autorização no mesmo - <https://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/SWLS.html> (Anexo 6). Esta versão do instrumento disponibilizada pelos próprios autores no seu website pode ser consultada em livre acesso pela população em geral e pode ser respondida eletronicamente pela mesma.

4. Procedimento:

Foi obtida a autorização necessária para a adaptação da Social Media Integration Use Scale para Portugal e autorização para modificar esta escala de forma aos seus itens serem aplicáveis ao uso do Instagram (Anexo 4). A autorização para utilização da versão portuguesa da Escala de Satisfação com a Vida é fornecida diretamente por Diener no seu website, onde disponibiliza, também o próprio instrumento em livre acesso- <https://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/SWLS.html> (Anexo 6)

Será feito um convite à participação no estudo através da mailing list institucional da UFP e através das redes sociais.

Os participantes responderão aos questionários após darem a sua autorização de forma livre e esclarecida. Serão informados que são livres de aceitar ou não participar, sem que resultem para si quaisquer consequências dessa decisão. Serão ainda informados de que serão livres de desistir em qualquer momento, mesmo tendo começado a responder aos questionários. Ser-lhes-á dada a possibilidade de esclarecerem todas as dúvidas junto das responsáveis pelo projeto de investigação. O modelo de solicitação participação adotado será sempre o que se anexa (Anexo 7).

Os questionários serão informatizados de forma a possibilitar a sua administração de forma eletrónica, devendo ser auto-preenchidos pelos respondentes.

A administração de todos os instrumentos demorará, entre 20 minutos para cada participante.

Não serão recolhidos dados pessoais dos participantes que os permitam identificar. A autorização para participação não será assinada por a administração ocorrer on-line, mas será dada pelo participante assinalando a caixa relativa à autorização, impossibilitando a sua identificação. Caso a pessoa não assinale esta caixa, o programa bloqueará o acesso aos

questionários. Os dados serão codificados numa base de dados em que não constarão quaisquer informações que permitam identificar os respondentes. Apenas os investigadores envolvidos no projeto terão acesso aos questionários respondidos e à base de dados que será construída. Os resultados nunca serão transmitidos nominalmente. Todas as comunicações (dirigidas a públicos de contexto científico ou outros) relativas aos resultados apenas dirão respeito ao grupo avaliado e em momento algum a indivíduos específicos, assegurando-se em todos os momentos a confidencialidade e anonimato no que respeita aos dados recolhidos.

5. Registo de som e/ou imagem

O presente estudo não prevê qualquer registo de som e/ou de imagem.

Anexo 6. Consentimento para a participação no estudo

O presente estudo é desenvolvido pela Prof^a. Doutora Isabel Silva e Prof^a. Doutora Glória Jóluskin, na Universidade Fernando Pessoa, sendo que, no seu âmbito será realizada a Tese de Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde da Dr.^a Samantha Dias. Este estudo tem como objetivo conhecer o uso que adultos fazem de redes sociais e a forma como integram esse uso no seu dia a dia. Gostaríamos de poder contar com a sua colaboração.

As questões que se seguem deverão ser respondidas apenas por pessoas que sejam maiores de idade. A participação é voluntária e os dados fornecidos serão tratados de forma confidencial e anónima. O acesso aos dados recolhidos só é possível pelos investigadores envolvidos.

Solicitamos a sua colaboração através do preenchimento dos questionários que se seguem.

Sublinhamos que não existem respostas certas ou erradas e que elas apenas se referem à sua experiência.

No caso de existirem questões adicionais sobre o estudo, deverão ser endereçadas para uma das seguintes moradas de correio eletrónico isabels@ufp.edu.pt ou para gloria@ufp.edu.pt

***Obrigatório**

Aceitação de participação:

Aceito de livre vontade participar neste estudo intitulado de "Integração do uso de redes sociais por adultos no seu quotidiano", compreendi os termos de apresentação e participação no estudo acima mencionados; tomei conhecimento que, me foram explicitados os objetivos e métodos, pelo que consinto a participação no estudo, respondendo às questões propostas e permito que as informações por mim prestadas sejam utilizadas nesta investigação. Estou ciente de que posso desistir de participar a qualquer momento, sem que daí resulte para mim qualquer prejuízo. Finalmente, tenho conhecimento que a informação obtida neste estudo será estritamente confidencial, sendo a minha participação anónima e que o acesso aos dados recolhidos só é possível pelos investigadores envolvidos.

*

Aceito participar no presente estudo