

Intensidade e Efeitos da Utilização da Internet no dia-a-dia do Utilizador

FRANCISCA GARCIAS

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO
DO GRAU DE MESTRE EM AUDIOVISUAL E MULTIMÉDIA

Orientadores:

Prof. Doutor Filipe Montargil
Escola Superior de Comunicação Social

Prof.^a Doutora Susana Araújo
Escola Superior de Comunicação Social

Outubro de 2021

ÍNDICE GERAL

1. Introdução.....	11
2. Intensidade e Efeitos da Utilização da Internet.....	13
2.1. Permanently Online/Permanently Connected.....	17
2.2. Estado de Permanente Vigilância Comunicacional.....	20
2.3. Uso Problemático da Internet.....	22
2.4. Sentimento de Pertença.....	26
2.5. Benefícios e Consequências.....	28
3. Jovem Adulto.....	31
3.1. Caracterização do Conceito.....	31
3.2. Efeitos da Utilização da Internet.....	35
4. Metodologia.....	41
4.1. Métodos de Investigação.....	41
4.2. Hipóteses e Operacionalização de Conceitos.....	41
4.3. Pré-testes.....	46
5. Análise e Discussão dos Resultados.....	47
5.1. Caracterização da Amostra.....	47
5.2. Caracterização da Amostra Relativamente à Intensidade de Utilização da Internet.....	47
5.3. Análise de Hipóteses.....	54
6. Conclusões.....	70
Referências.....	75
Anexos.....	80
Anexo A. Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2).....	81
Anexo B. Tabela de Operacionalização.....	82
Anexo C. Questionário Sobre a Intensidade de Utilização da Internet.....	86

Anexo D. Gráficos e Tabelas da Caracterização da Amostra.....	92
Anexo E. Gráficos e Tabelas da Caracterização da Amostra Relativamente à Intensidade de Utilização da Internet.....	95
Anexo F. Tabelas da Análise das Hipóteses.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura A. Análise Univariada Da Variável “Quantas Horas Costuma Passar Na Internet, Diariamente?”	48
Figura B. Análise Univariada Da Variável “Por Norma, Aproximadamente Quantas Mensagens Envia E Recebe, Diariamente (Sms E Redes Sociais)?”	49
Figura C. H1 Análise Fatorial Confirmatória (CFA) Da Escala Do Uso Generalizado Problemático Da Internet 2 (EUGPI2) (Modelo B Modificado).	54
Figura D. Escala Do Uso Generalizado Problemático Da Internet 2 (EUGPI2).....	81
Figura E. Análise Univariada Da Variável “Qual É A Sua Idade?”.....	92
Figura F. Análise Univariada Da Variável “Género”	92
Figura G. Análise Univariada Da Variável “Reside Com Os Seus Familiares?”	93
Figura H. Análise Univariada Da Variável “Nível De Escolaridade”.....	93
Figura I. Análise Univariada Da Variável “Ocupação”	94
Figura J. Análise Univariada Detalhada Da Variável “Quantas Horas Costuma Passar Na Internet, Diariamente?”	95
Figura K. Análise Univariada Detalhada Da Variável “Por Norma, Aproximadamente Quantas Mensagens Envia E Recebe, Diariamente (Sms E Redes Sociais)?”	96
Figura L. Análise Univariada Detalhada Da Variável “Sente Que A Elevada Utilização Da Internet Pode Trazer Consequências Físicas E Emocionais? Se Sim, Dê Alguns Exemplos.”	97
Figura M. Análise Univariada Detalhada Da Variável “Nos Últimos Dois Anos, Lembra-Se De Ter Alguma Vez Estado Sem Acesso À Internet Durante Um Período De Mais De 2 Dias? Se Sim, Habitou-se Facilmente Ou Não?”	98

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Pré-Testes	46
Tabela 2. Análise Univariada Da Variável “Quando O Número De Mensagens Recebidas E Enviada Aumenta, Sinto...”	50
Tabela 3. Análise Univariada Da Variável “Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para...?”.....	50
Tabela 4. Análise Univariada Da Variável “Como Se Sente Quanto Não Tem Acesso À Internet?”	52
Tabela 5. Análise Univariada Da Variável “Qual É O Seu Nível De Concordância Com Cada Uma Das Seguintes Afirmações, Relativamente Ao Uso Da Internet Não Profissional Ou Académico (Ou Seja, Considere Apenas O Uso Da Internet Por Lazer, Tanto No Computador Como Em Qualquer Dispositivo)?”	53
Tabela 6. H1 Modelos Testados	55
Tabela 7. H1 Fiabilidade, Convergência E Validade Discriminante Da Escala Do Uso Generalizado Problemático Da Internet 2 (EUGPI2).....	56
Tabela 8. H3 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Enviar Mensagens?" E "Género"	57
Tabela 9. H3 Teste Qui-Quadrado.....	57
Tabela 10. H3 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Às Redes Sociais?" E "Género"	58
Tabela 11. H3 Teste Qui-Quadrado.....	58
Tabela 12. H3a Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ouvir Música?" E "Género"	59
Tabela 13. H3a Teste Qui-Quadrado	59
Tabela 14. H3a Teste De Normalidade De Shapiro-Wilk.....	59
Tabela 15. H3a Teste De Levene.....	59
Tabela 16. H3b Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Visitar Sites De Apostas?" E "Género"	60
Tabela 17. H3b Teste Qui-Quadrado.....	60
Tabela 18. H3b Teste De Normalidade De Shapiro-Wilk.....	61
Tabela 19. H3b Teste De Levene	61
Tabela 20. H3b Teste De Mann-Whitney.....	61

Tabela 21. H4 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Ao Email?" E "Nível De Escolaridade"	62
Tabela 22. H4 Teste Qui-Quadrado.....	62
Tabela 23. H4 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Pesquisar Informações Sobre Produtos Ou Serviços?" E "Nível De Escolaridade"	63
Tabela 24. H4 Teste Qui-Quadrado.....	63
Tabela 25. H4 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Organizar Viagens Online?" E "Nível De Escolaridade"	64
Tabela 26. H4 Teste Qui-Quadrado.....	64
Tabela 27. H4 Teste De Normalidade De Shapiro-Wilk.....	65
Tabela 28. H5 Análise Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Às Redes Sociais?" E "Reside Com Os Seus Familiares?"	65
Tabela 29. H5 Teste Qui-Quadrado.....	66
Tabela 30. H7 Análise Das Variáveis "Como Se Sente Quando Não Tem Acesso À Internet?" E "Ocupação".....	67
Tabela 31. H7a Análise Das Variáveis "Como Se Sente Quando Não Tem Acesso À Internet?" E "Nos Últimos 2 Anos, Lembra-Se De Ter Alguma Vez Estado Sem Acesso À Internet Durante Um Período De Mais De 2 Dias? Se Sim, Habitou-Se Facilmente Ou Não?"	68
Tabela 32. H8 Análise Da Variável "Quando O Número De Mensagens Recebidas E Enviadas Aumenta, Sinto..."	69
Tabela 33. Média E Desvio-Padrão Da Variável "Quantas Horas Costuma Passar Na Internet, Diariamente?"	95
Tabela 34. Média E Desvio-Padrão Da Variável "Por Norma, Aproximadamente Quantas Mensagens Envia E Recebe, Diariamente (Sms E Redes Sociais)?"	96
Tabela 35. Análise Da Variável "Quando O Número De Mensagens Recebidas E Enviadas Aumenta, Sinto..."	96
Tabela 36. Análise Da Variável "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para..." ..	97
Tabela 37. Análise Da Variável "Como Se Sente Quando Não Tem Acesso À Internet?"	98
Tabela 38. Análise Da Variável "Qual É O Seu Nível De Concordância Com Cada Uma Das Seguintes Afirmações, Relativamente Ao Uso Da Internet Não Profissional Ou Académico (Ou Seja, Considere Apenas O Uso Da Internet Por Lazer, Tanto No Computador Como Em Qualquer Dispositivo)?"	99

Tabela 39. H3 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Enviar Mensagens?" E "Género"	100
Tabela 40. H3 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Às Redes Sociais?" E "Género"	101
Tabela 41. H3a Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ouvir Música?" E "Género"	102
Tabela 42. H3b Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Visitar Sites De Apostas?" E "Género"	103
Tabela 43. H4 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Ao Email?" E "Nível De Escolaridade"	104
Tabela 44. H4 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Pesquisar Informações Sobre Produtos E Serviços?" E "Nível De Escolaridade"	105
Tabela 45. H4 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Organizar Viagens Online?" E "Nível De Escolaridade"	106
Tabela 46. H5 Análise Detalhada Das Variáveis "Com Que Frequência Utiliza O Telemóvel Para Ir Às Redes Sociais?" E "Reside Com Os Seus Familiares?"	107
Tabela 47. H6 Média E Desvio-Padrão Entre As Variáveis “Sente Que A Elevada Utilização Da Internet Pode Trazer Consequências Físicas E Emocionais? Se Sim, Dê Alguns Exemplos” E “Quantas Horas Costuma Passar Na Internet, Diariamente?” ...	107
Tabela 48. H7 Análise Detalhada Das Variáveis “Como Se Sente Quando Não Tem Acesso À Internet?” E "Ocupação"	108
Tabela 49. H8 Média E Desvio-Padrão Entre As Variáveis "Quando O Número De Mensagens Recebidas E Enviadas Aumenta, Sinto:" E " Por Norma, Aproximadamente Quantas Mensagens Envia E Recebe, Diariamente (Sms E Redes Sociais)?"	109

DECLARAÇÃO

Declaro ser autora deste trabalho, apresentado como parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Audiovisual e Multimédia, que constitui um trabalho original, nunca tendo sido submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a nenhuma outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e declaro ter plena consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Francisca Nabais Garcias

Francisca Nabais Garcias

RESUMO

A presente investigação tem como tema a intensidade e os efeitos da utilização da Internet. O Uso Problemático da Internet é um problema menos grave que a adição à Internet, no entanto é mais comum entre os utilizadores, devido à disponibilidade e à portabilidade da mesma. Independentemente da atividade que os utilizadores estejam a realizar, estes sentem a necessidade de estar constantemente disponíveis e, devido a esta permanência, foram desenvolvidas rotinas em que os utilizadores dependem dos seus telemóveis. Por outro lado, mesmo que exista um esforço para se afastarem da Internet, estes eventualmente acabam por voltar às suas rotinas anteriores, pois já estavam habituados a comunicar e a permanecer online.

Através de um questionário online, foi constituída uma amostra de 433 indivíduos, com idades entre os 17 e os 33 anos, em que a maioria é do género feminino. Estes vão à internet durante 5 horas, no seu dia-a-dia, e enviam e recebem 100 mensagens, diariamente, correspondendo a um nível moderado de utilização, de acordo com a bibliografia de referência identificada na análise e discussão dos resultados. Esta é uma amostra que, apesar de recorrer ao telemóvel diariamente, durante umas vastas horas, não se deixa influenciar pelo uso excessivo da Internet e valoriza a comunicação pessoal face-a-face entre amigos e familiares.

Palavras-Chave: Efeitos da utilização da Internet; Intensidade de utilização da Internet; Permanentemente online e conectado; Sentimento de pertença; Uso problemático da Internet.

ABSTRACT

The topic of the present research is the intensity and effects of Internet use. Problematic Internet use is a less serious problem than Internet addiction, however it is more common among users due to the availability and portability of the Internet. Regardless of what activity users are doing, they feel the need to be constantly available and, because of this permanence, the users have developed routines in which they rely on their smartphones. On the other hand, even if there is an effort to get away from the Internet, they eventually end up going back to their previous routines, because they were already used to communicating and staying online.

Through an online questionnaire, a sample of 433 individuals was obtained, between 17 and 33 years old, mostly with female users. They go online for 5 hours every day, and send and receive 100 messages daily, corresponding to a moderate level of usage, according to the references identified in the analysis and discussion of the results. This is a sample that, despite using the smartphone daily for several hours, is not influenced by the excessive use of the Internet and values face-to-face personal communication among friends and family.

Keywords: Effects of Internet use; Intensity of Internet use; Permanently online and connected; Sense of belonging; Problematic Internet use.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a todos os que contribuíram para a realização deste trabalho final, pois não teria sido possível sem a ajuda e colaboração de várias pessoas.

Assim, agradeço aos meus pais e ao meu irmão pelo apoio incondicional que demonstraram no decorrer desta etapa.

Aos meus amigos, especialmente à Joana pelo cuidado e interesse que teve, e por se certificar de que tudo estava a correr bem.

Às minhas colegas e amigas de mestrado, Isabel e Joana, por terem sido tão prestáveis e motivadoras durante todo o ano e pelo apoio mútuo que ocorreu entre nós.

Por fim, mas não menos importante, quero agradecer aos meus orientadores, Professor Doutor Filipe Montargil e Professora Doutora Susana Araújo, pela excelente orientação e dedicação durante o decorrer deste trabalho final. Quero ainda salientar o apoio da Professora Cláudia Silvestre para a parte estatística, pois mostrou-se sempre disposta a ajudar.

1. INTRODUÇÃO

A Internet é considerada um instrumento potente de informação e pode ser utilizada para ler notícias, marcar férias ou para contactar família, amigos ou desconhecidos. No entanto, esta apenas começou a fazer parte da nossa vida diária nos anos 90. Assim, é em 1991 que a *World Wide Web* se desenvolve a partir da invenção do HTML 1.0 por um cientista britânico, Tim Berners-Lee. Inicialmente, este tinha como objetivo combinar a evolução das tecnologias de computadores, redes de dados e hipertexto num único sistema de informação, de forma a responder à necessidade que os cientistas tinham de partilhar informações nas universidades, globalmente (CERN, 2020).

Desta forma, é possível afirmar que, desde o ano 2000, ocorreu uma evolução exponencial em que a população era capaz de aceder à Internet, independentemente da hora e do local em que se encontrava (Breslau, Aharoni, Pedersen, & Miller, 2015). É devido à expansão de redes sem fios que os telemóveis, computadores portáteis e *tablets* são cada vez mais importantes para se permanecer em contacto, apesar de os telemóveis serem considerados ainda mais distrativos do que os computadores, devido à sua portabilidade e disponibilidade (Kim, Seo, & David, 2015).

A tecnologia, para além de ser utilizada para pesquisa de informação, também é utilizada por muitos indivíduos como forma de escape à realidade, sendo o único momento que possuem para se abstrair do que acontece nas suas vidas. A utilização da Internet começou a ser mais intensa, são necessários poucos minutos ou segundos livres, para que o indivíduo se sinta atraído a utilizar o telemóvel e verificar o que está a suceder no mundo *online*, sem muitas das vezes se aperceber que o faz.

Sendo a Internet a fonte mais rápida para enviar e receber informação, esta tornou-se, sem dúvida, a fonte de mais fácil acesso, sendo que continua em constante evolução e é cada vez maior o número de pessoas que a utiliza. Por essa mesma razão decidi fazer a minha dissertação sobre o tema da intensidade e dos efeitos da utilização da Internet no dia-a-dia do utilizador. Assim, a minha questão de partida é a seguinte: “De que formas a intensidade de utilização da Internet afeta o indivíduo, no seu dia-a-dia?”.

No que diz respeito à estrutura da dissertação, esta está organizada em 5 secções, para além da introdução.

A primeira corresponde ao estado da arte, onde será discutida a intensidade e os efeitos da utilização da Internet, bem como alguns contributos conceituais e teóricos relevantes para a análise do tema: o modelo *Permanently Online (PO)/Permanently Connected (PC)*, que respeita à utilização de conteúdo e à interação *online* com outros utilizadores e os conceitos de estado de permanente vigilância comunicacional, uso problemático da Internet e sentimento de pertença (uma das necessidades que o utilizador sente ao estar *online*), bem como os benefícios e consequências do tema a ser investigado.

A segunda secção diz respeito à caracterização do público-alvo (os jovens adultos), ou seja, é abordada a caracterização do conceito, da respetiva faixa etária e dos valores que mais se destacam, para este grupo etário, e também são analisados os efeitos da utilização da Internet neste público em específico.

Na terceira secção é exposta a metodologia utilizada, os métodos de investigação, as hipóteses criadas (conceitos, dimensões e indicadores correspondentes), os instrumentos e os pré-testes realizados antes da execução do questionário *online*.

De seguida, é apresentada na quarta secção a análise e discussão dos resultados, em que é feita uma caracterização geral da amostra e da sua intensidade de utilização da Internet. Também é realizada a exploração e teste de hipóteses, com o apoio das tabelas e das figuras elaboradas.

Por fim, as conclusões apresentam uma reflexão sobre os resultados obtidos a partir das hipóteses delineadas, quer se tenham confirmado ou não. É referido também, o que foi acrescentado ao estado de arte sobre o tema investigado, assim como os possíveis passos que podem ser tomados para continuar a investigação futuramente.

De acordo com os resultados obtidos, a amostra constituída caracteriza-se como um grupo que, apesar de recorrer ao telemóvel diariamente durante algumas horas, não se deixa influenciar pelo uso excessivo da Internet e valoriza a comunicação pessoal face-a-face entre amigos e familiares.

2. INTENSIDADE E EFEITOS DA UTILIZAÇÃO DA INTERNET

A Internet é descrita por muitos como algo “flexível” e “em movimento”, dando liberdade a quem a utiliza, visto que não têm de se restringir a um só espaço para usufruírem da mesma (Humphreys, Von Pape, & Karnowski, 2013). Aqueles que estão menos tempo na Internet não possuem tantos conhecimentos sobre a mesma e, por isso, não se sentem tão atraídos como os que passam mais tempo do seu dia *online* (Hargittai & Hinnant, 2008).

Por um lado, a utilização da Internet pode ser considerada como vantajosa para a vida social dos utilizadores, por outro, esta também acarreta questões relativas à privacidade dos mesmos. O receio de invasão de privacidade pode levar eventualmente a que o indivíduo prefira excluir-se digitalmente, sendo que este aspeto pode favorecer um aumento de desigualdades sociais (Neves & Rente, 2017).

O que difere entre utilizadores e não utilizadores são as suas expetativas, normas e preocupações. Assim, é possível caracterizar os não utilizadores que não têm o hábito de recorrer às redes sociais: são mais diretos aquando da utilização das mesmas; preocupam-se com a sua privacidade *online*; não se interessam tanto pelas vidas de desconhecidos; e não sentem a necessidade de se expor *online* (Hargittai, 2007). Segundo um estudo realizado, os não utilizadores possuem um nível mais baixo de atividade social e um maior grau de timidez e solidão (Neves & Rente, 2017).

Para quem utiliza as redes sociais, estas permitem a comunicação entre amigos, partilha de fotografias e comentários e, para quem não as utiliza, as redes sociais são desnecessárias e não têm importância para as suas vidas pessoais (Neves & Rente, 2017). No entanto, os não utilizadores sentem que ficam em desvantagem, pois não participam em conversas *online*, nem lhes é comunicado algum evento importante, acabando por se sentirem excluídos. Por outro lado, a não utilização acaba por compensar a perda de tempo que seria passado *online* e os indivíduos “consideram que o que ganham pela sua rejeição se sobrepõe significativamente ao que perdem” (Neves & Rente, 2017, p. 120).

Deste modo, é possível definir várias tipologias de utilização: i) desistentes (já usaram, mas deixaram de utilizar redes sociais); ii) resistentes (nunca foram utilizadores de redes sociais); iii) potencialmente convertidos (os que voltaram a utilizar a rede social depois de a terem deixado); iv) utilizadores indiretos (os que não possuem um perfil

pessoal na rede social, mas utilizam ocasionalmente o perfil de um familiar ou amigo) (Neves & Rente, 2017). Os primeiros dois exemplos dizem respeito a um tipo intencional em que os indivíduos optam por não utilizar a rede social, o que não acontece com as restantes tipologias, em que são definidos como um tipo instrumental, ou seja, é de acordo com as necessidades dos indivíduos que estes recorrem ou não ao meio digital (Neves & Rente, 2017).

Por outro lado, os utilizadores possuem uma maior curiosidade no que diz respeito à vida de amigos e de desconhecidos, e é mais provável que sigam tendências e estejam atualizados, relativamente a estas tendências (Neves & Rente, 2017). Apesar de existirem atividades universais (como enviar ou receber mensagens), a maioria das atividades correspondem aos interesses de cada utilizador (Hargittai & Hinnant, 2008), como a procura de notícias atuais ou jogos *online*. Para a realização destas atividades, pode-se afirmar que os utilizadores com acesso à Internet a partir de casa despendem mais tempo *online* do que aqueles sem acesso (Hargittai & Hinnant, 2008).

Podem ser consideradas cinco fases, no que diz respeito à evolução da utilização excessiva da Internet: i) descoberta; ii) experimentação; iii) escalada; iv) compulsão; e v) desespero (Young & Abreu, 2011). Inicialmente, existe uma fase de descoberta, em que existe algo novo e o indivíduo sente que estar *online* é fascinante e tem curiosidade em ver sobre o que se trata. De seguida, é na fase de experimentação que o utilizador descobre a variedade de coisas existentes na Internet, resultando na fase de escalada, em que o número de horas *online* começa a aumentar. Na fase seguinte, o utilizador sente que necessita de estar *online* e já não consegue resistir a essa tentação. Por fim, é na fase do desespero que o facto de estar *online* se sobrepõe a tudo, podendo o indivíduo não sair de casa para que possa estar *online*. O que inicialmente pode ser um comportamento inocente, pode evoluir e, mais tarde, tornar-se um problema grave.

Atualmente, todos estão em contacto com amigos, familiares e, até mesmo, desconhecidos. Esta expansão habilita a criação de novas formas de conhecimento, o que vai alterar a forma como a população vive e se relaciona entre si (Patrão & Sampaio, 2016). O acesso livre e constante levou a que os indivíduos utilizassem a Internet com tanta intensidade que começaram a sentir-se absorvidos e a desleixar-se nas próprias relações, nas responsabilidades do trabalho e, até mesmo, na sua saúde (Breslau, Aharoni, Pedersen, & Miller, 2015). Tendo em conta que a Internet já é familiar à maioria das

peçoas, a maior dificuldade no que concerne este assunto consta em admitir que pode existir um problema (Patrão & Sampaio, 2016).

É possível afirmar que a maior parte das peçoas, assim que começa o seu dia, desloca-se diretamente para o seu *smartphone* para verificar os *emails*, a conta no *Facebook* e no *Twitter*, e liga a televisão enquanto se prepara para o trabalho, mesmo que não esteja a prestar atenção (Vorderer & Kohring, 2013). O facto de se ter tornado uma rotina utilizar o telemóvel desde o início do dia, indica que a tecnologia ficou enraizada na mentalidade das peçoas. Outra situação que demonstra o pensamento anterior é o facto de muitas vezes um grupo de amigos estar a ter uma conversa e, se um telemóvel tocar, a ação automática ser verificar a notificação que recebeu, tornando-se um instinto. Um estudo realizado por Lopez-Fernandez (2019) revelou que quem observa o amigo a concentrar-se mais no telemóvel do que com quem está presente, tende a sentir-se desvalorizado (Lopez-Fernandez, 2019).

Atualmente, para além da população recorrer à Internet para consumir media, esta é cada vez mais utilizada como um meio de comunicação interpessoal (Caplan & High, 2006), deixando de haver preferência para interagir pessoalmente, uma vez que a Internet dá a oportunidade ao utilizador de alterar o seu discurso, o que não seria possível fazer caso estivesse a comunicar pessoalmente.

Para além disso, há cada vez mais variedade de atividades inseridas nos telemóveis e nos serviços disponíveis, tal como os *browsers* e as aplicações móveis (Humphreys, Von Pape, & Karnowski, 2013), sendo estes alguns dos motivos que atraem muitos utilizadores para o uso do telemóvel, especialmente porque podem recorrer aos jogos como uma ferramenta de alívio (Kim, Seo, & David, 2015), quer seja após um dia de trabalho ou para ocupar tempo livre.

No entanto, o englobamento dos telemóveis na rotina diárias dos indivíduos começa pela inocente aquisição do dispositivo, tendo sempre em conta que, por norma, os telemóveis são utilizados por indivíduos e não por famílias e a utilização desta tecnologia não é limitada a apenas um espaço físico. Assim, importa mencionar o conceito de domesticação, [Silverstone (1992)], inspirado na domesticação de animais selvagens, proposto para descrever os processos envolvidos em domesticar as TIC quando o indivíduo leva o seu dispositivo para casa. Este é o processo no qual as TIC são incorporadas nas rotinas dos indivíduos ou são criadas novas rotinas, de forma a não

excluir a tecnologia do dia-a-dia dos mesmos (Haddon, 2003), existindo uma integração total.

Para os utilizadores das TIC, habitualmente existe um período inicial em que o indivíduo experimenta o dispositivo e, mais tarde, quando se habitua ao mesmo, a quantidade de vezes que o indivíduo recorre ao telemóvel estabiliza (Haddon, 2003). No entanto, este processo pode sofrer alterações, quer seja por motivos de trabalho (teletrabalho), ou por mudanças no agregado familiar (Haddon, 2003) (como a existência de problemas familiares), o indivíduo passa a recorrer ao telemóvel para escapar à realidade.

Deste modo, Haddon (2003) desenvolveu a Teoria da Domesticação, que estuda a forma como os indivíduos utilizam e são afetados pela tecnologia e, também, qual o significado e o papel da mesma para os utilizadores (Haddon, 2003). Esta teoria aborda quatro dimensões que caracterizam o telemóvel como um dispositivo de interação social, para além da interação *offline* (De Reuver, Nikou, & Bouwman, 2016). Primeiramente, existe a dimensão da apropriação, em que o indivíduo compra um telemóvel; seguida da objetificação, tendo a ver com a forma como o indivíduo utiliza a tecnologia "para identificação e autorrepresentação" (Silverstone, 1992, p. 21), ou seja, são utilizadas e exploradas as funcionalidades do telemóvel de acordo com o indivíduo; incorporação, quando o telemóvel é incorporado na rotina diária do indivíduo, descarregando aplicações adequadas às necessidades do mesmo (De Reuver, Nikou, & Bouwman, 2016); e conversão (quando o indivíduo exhibe o telemóvel e funcionalidades aos amigos e familiares) (Silverstone, 1992). Um exemplo da última dimensão pode ser descrito através das aplicações, quando o indivíduo se pode exprimir numa rede social e partilhar informação. Estas ações permitem que os utilizadores comuniquem e se mantenham conectados com os seus amigos, reforçando a individualização das relações pessoais (De Reuver, Nikou, & Bouwman, 2016).

O modo como as TIC são incorporadas na rotina dos indivíduos nem sempre diz respeito à sua funcionalidade, mas também às necessidades de quem as utiliza. Por um lado, se o indivíduo não quer integrar as TIC por parecerem dominar o seu dia-a-dia, por vezes sente que é necessário para certas circunstâncias, como ser contactado. No entanto, após a adoção das TIC, o indivíduo pode decidir que é algo que não se adequa aos seus interesses, pois as TIC vão moldar qualquer pessoa que usufrua dessa utilização individual (Haddon, 2003).

2.1. Permanently Online/Permanently Connected

No início dos anos 2000 era ainda possível ter conversas pessoalmente sem que o telemóvel fosse uma interrupção, pois as pessoas ou estavam na Internet ou estavam *offline* no mundo real (Caplan, 2018).

Atualmente, este fenómeno é cada vez mais raro, sendo difícil separar a dimensão *online* da dimensão *offline* do nosso dia-a-dia. Torna-se praticamente impossível sair de casa sem o telemóvel, visto que a população desenvolveu uma rotina em que está conectada *online* de forma quase permanente, em vez de usar o telemóvel apenas para receber ou ler informações em determinados momentos ou durante um intervalo de tempo específico (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Por exemplo, quando uma pessoa se desloca a um restaurante e tira uma fotografia da sua refeição para poder partilhar *online* e, muitas das vezes, a escolha do restaurante é feita consoante o aspeto do mesmo; ou quando uma pessoa está num concerto e, em vez de aproveitar o ambiente envolvente, grava o concerto para poder partilhar nas redes sociais e comprovar que esteve presente (Turkle, 2011). Assim, foram criadas rotinas *online* e, por isso, a comunicação e partilha de fotografias ou vídeos com amigos e seguidores desencadeia ainda mais motivos para se estar conectado (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016).

Outro exemplo decorre quando o indivíduo se desloca para o trabalho ou para algum compromisso e, tendo em conta que os telemóveis possuem acesso permanente à Internet, o tempo de deslocação é aproveitado para navegar na Internet. Esta situação é recorrente caso o indivíduo sinta um maior nível de *stress*, aproveitando a Internet para que este diminua. Consequentemente, caso esta utilização seja contínua e repetitiva, pode levar a que o indivíduo utilize a Internet excessivamente. No entanto, este uso poderá fazer com que o indivíduo esteja menos tempo *online* quando chega a casa, visto que já esteve grande parte durante a viagem (Lopez-Fernandez, 2019).

Independentemente da atividade que esteja a ser realizada, os indivíduos sentem que precisam de estar disponíveis constantemente, de forma a processar a informação e comunicar com aqueles que não estão presentes (Vorderer & Kohring, 2013). Apesar disso, os indivíduos sentem que não é um problema, pois estão a executar várias tarefas ao mesmo tempo e muitos acreditam que conseguem estar a par das situações sociais, enquanto utilizam mais de uma fonte de informação (Vorderer & Kohring, 2013).

No entanto, muitas das vezes não é necessário haver um motivo em concreto para permanecer *online*, pois como Vorderer, Krömer, & Schneider (2016) referem, existem situações em que o indivíduo se encontra sozinho e se a atividade a decorrer não for exigente, aproveita para utilizar o seu *smartphone* a partir do momento em que não é necessária a sua atenção. Enquanto o indivíduo permanece *online*, nem sempre envia ou responde a mensagens, ou seja, encontra-se apenas *online*, tal como muitos outros (Turkle, 2011).

Desta forma, os utilizadores vivem num mundo em que se está permanentemente *online* (PO) e permanentemente conectado (PC). Apesar de ambos os conceitos estarem relacionados com a utilização da Internet, o PO corresponde ao uso prolongado de conteúdo *online* e o PC à interação social *online* com outros utilizadores, enquanto se fazem outras atividades em simultâneo (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Devido a esta permanência, os utilizadores desenvolveram rotinas em que dependem dos seus telemóveis para estar constantemente disponíveis e contactáveis com outros.

O sentimento de estar PO faz com que os indivíduos tenham a oportunidade de realizar várias atividades ao mesmo tempo, durante o uso prolongado, sem terem de decidir que atividades farão primeiro (Vorderer & Kohring, 2013). Assim, existe a sensação por parte do indivíduo de que este tipo de comportamento satisfaz as suas necessidades do mesmo.

Mesmo que os utilizadores se tentem afastar da Internet, eventualmente voltam às suas rotinas anteriores, pois já estavam habituados a estar *online* e a comunicar e desistir desse hábito dar-lhes-ia uma sensação de exclusão (Vorderer & Kohring, 2013). Embora este comportamento seja mais visível nos jovens, cada vez mais adultos e idosos começam a aderir e a partilhar as suas vidas através da Internet. O *email* e o *Skype* são os mais populares entre estes, visto que fornecem a interação social com a família que tanto necessitam (Vorderer & Kohring, 2013).

Com a utilização dos telemóveis e da Internet, é possível afirmar que existem vários fatores que estimulem a sua utilização que, por vezes, pode ser excessiva, tal como a ida às aplicações, a realização de chamadas e o envio de mensagens. No entanto, de acordo com Lopez-Fernandez (2019), é possível afirmar que as redes sociais, os *emails* e os jogos são os que mais contribuem para o aumento dos sentimentos de dependência. Assim, é devido ao envolvimento dos telemóveis, *tablets* e computadores no dia-a-dia do indivíduo que possibilitam o uso em excesso para o indivíduo (Lopez-Fernandez, 2019).

Deste modo, tem vindo a aumentar o número de indivíduos que não consegue ficar desligado da Internet, tanto num espaço público como privado, estando sempre em contacto o maior tempo possível. Estes (poucos) momentos de inatividade são cada vez mais escassos, uma vez que as pessoas sentem que necessitam de verificar regularmente se receberam ou não alguma notificação, como demonstram os estudos de Vorderer, Krömer, & Schneider (2016), em que a maior parte do uso do telemóvel é dedicada a este tipo de “comportamentos de verificação”. Isto acontece devido ao facto de os indivíduos terem receio de se sentirem excluídos dos seus grupos de amigos e de perder eventos e informações importantes, podendo este aspeto ser denominado de ostracismo (Vorderer & Kohring, 2013).

No entanto, nem todas as aplicações disponíveis para telemóveis fazem com que o indivíduo se sinta atraído para o seu consumo. As redes sociais são as que mais incitam à utilização do telemóvel, havendo indivíduos que verificam de forma compulsiva as suas redes, embora nem sempre tivessem informações novas para verificar (Lopez-Fernandez, 2019). Estes acham as redes sociais convenientes e funcionais, pelo que sentem que é difícil reduzir o tempo de ecrã.

Um estudo realizado por Vorderer, Krömer, & Schneider (2016) demonstra que os alunos estão mais dispostos a estar permanentemente conectados, mas não permanentemente *online*, ou seja, preferem interagir com outras pessoas *online*, em vez interagir pessoalmente. No entanto, se não houver nenhuma informação nova ou alguém com quem conversar, sentem-se aborrecidos. Desta forma, quando não têm Internet, estes sentem-se vazios e como se algo estivesse em falta, tendo alguns também referido que se sentiam irritados ou, até, mesmo em pânico. Assim, é possível afirmar que os sentimentos negativos demonstrados dizem respeito a PC e não a PO. Por outro lado, após se terem habituado a estar sem Internet, alguns alunos disseram sentir-se mais relaxados e menos stressados e que os dias parecem mais compridos e conseguem aproveitá-los melhor; também experienciaram que conseguiram ter mais tempo para familiares e amigos, e sentiram mais livres e produtivos. Pode-se concluir, também, que a maioria dos alunos sentiu que necessitava de responder às mensagens o mais rápido possível, uma vez que pensavam que o remetente estava à espera de resposta, devido à ferramenta do recibo de leitura, ou seja, é possível ver se a mensagem foi entregue e/ou vista. Para a maioria dos indivíduos, quando estes enviam uma mensagem, o tempo que se demora para receber uma resposta é cada vez mais curto (Vorderer & Kohring, 2013).

2.2. Estado de permanente vigilância comunicacional

A Internet usufrui do poder de fazer parecer que existem indivíduos que se passam despercebidos, no entanto, quando estes se inserem em alguma comunidade *online*, acabam por espelhar como são as suas atitudes na realidade (Hargittai, 2007). Ou seja, independentemente de como um indivíduo demonstra ser *online*, as suas ações *offline* acabam por se refletir nos seus comportamentos *online*.

Apesar de serem muitos os utilizadores que estão ligados à tecnologia, nem todos possuem o psicológico de vigilância, ou seja, nem todos têm a capacidade de prestar atenção a uma tarefa (Reinecke, et al., 2018). Deste modo, é importante referir que a vigilância comunicacional diz respeito a uma ligação constante a conteúdos *online*, sendo esta um resultado do uso diário da Internet que afeta vários indivíduos (Reinecke, et al., 2018).

O *stress* e a procrastinação podem estar associados à vigilância comunicacional, no entanto, o envolvimento do indivíduo não prejudica a sua saúde, mas sim aumenta o seu bem-estar. É ao interagir com outros utilizadores *online* que terá vários efeitos positivos, como a regulação do humor e a satisfação (Reinecke, et al., 2018). Por outro lado, o uso passivo da tecnologia pode ter consequências negativas para o bem-estar do indivíduo, caso esse uso interfira com o que o mesmo pretenda fazer (Johannes, et al., 2020).

A vigilância comunicacional é considerada bastante inclusiva no que diz respeito aos hábitos criados pelos meios de comunicação social, ou seja, a vigilância é estimulada através de situações que vão desencadear um comportamento automático no indivíduo (Reinecke, et al., 2018). O facto de o indivíduo pretender ter uma ligação persistente com os conteúdos *online* pode alterar o bem-estar do mesmo, dependendo da informação a que é exposto, assim como também pode aumentar a pressão social para estar sempre conectado. No entanto, de acordo com um estudo realizado por Reinecke, et al. (2018), isto não acontece com todos os utilizadores. O mesmo concluiu que a perceção da pressão social estava relacionada com a idade, em que quanto maior a idade, menor seria a pressão social sentida pelo indivíduo, enquanto os utilizadores mais novos sentiram uma maior pressão social, devido à intensidade de utilização da Internet (Reinecke, et al., 2018).

Assim, é possível diferenciar três aspetos dos utilizadores: o primeiro diz respeito à “sua orientação cognitiva para uma ligação *online* permanente e omnipresente”

(Reinecke, et al., 2018, p. 2), em que o utilizador sente que necessita de permanecer *online* para que não perca nenhuma informação. O segundo é relativa à “sua atenção crónica e integração contínua de sugestões e estímulos *online* para o seu pensamento e sentimentos” (Reinecke, et al., 2018, p. 2), ou seja, o utilizador concentra a sua atenção em sugestões e informações *online*, de forma a influenciar o que este sente. O último diz respeito à “sua disposição motivadora para dar prioridade às opções de comunicações *online* em relação a outros comportamentos *offline*” (Reinecke, et al., 2018, p. 2), existindo prioridade por parte do utilizador para as conexões *online*.

Estes aspetos estão visíveis nos três níveis da vigilância comunicacional: saliência, reação e monitorização. No nível da saliência, o utilizador pode estar a trabalhar ou a praticar desporto e, mesmo assim, o seu pensamento desloca-se para o mundo *online* (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016), ou seja, os utilizadores pensam no que estará a acontecer na Internet, independentemente da situação em que se encontrem. Relacionando com o parágrafo anterior, o primeiro aspeto dos utilizadores pode-se relacionar com este nível da saliência, pois existe a preocupação em pertencer ao mundo *online*, com receio que se perca alguma informação. A saliência e estes pensamentos estão relacionados e podem ser descritos como uma fonte de *stress*, pois o indivíduo encontra-se sempre consciente dos próprios pensamentos, enquanto a saliência engloba esses pensamentos, juntamente com a preocupação inconsciente que advém dos mesmos, relativamente à comunicação *online* (Reinecke, et al., 2018).

No nível da reação existe a capacidade de resposta a eventos do telemóvel, ou seja, sempre que é recebida uma notificação, uma mensagem ou um alerta de um jogo, o utilizador sente que deve verificar o mais rápido possível, mesmo que interrompa o que esteja a fazer no momento (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Como a maioria dos indivíduos utiliza o telemóvel para manter contacto com amigos e familiares, o mais provável é que recebam uma maior quantidade de mensagens. Assim, os utilizadores que se encontrem nesta situação podem desenvolver uma mentalidade em que se dispõem a responder com muita frequência e de forma cada vez mais imediata, priorizando atividades em que o telemóvel está envolvido, em vez de atividades em contexto *offline* (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Este nível pode ser relacionado com o terceiro aspeto dos utilizadores, pois existe a prioridade em verificar a comunicação *online*, em detrimento da *offline*. O que se sucede é o facto de os utilizadores serem mais sensíveis às notificações dos seus telemóveis e, mesmo que se encontre no modo silencioso,

verificam as notificações em minutos ou segundos. Esta verificação constante pode levar a um aumento do *stress*, pelo que diminuir os alertas de notificação será benéfico para o utilizador, assim como resultará num aumento do bem-estar do mesmo (Johannes, et al., 2020).

Por último, no nível da monitorização, o utilizador tem a tendência de se conectar com o mundo *online*, regularmente (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016), ou seja, este sente que necessita de observar e acompanhar o conteúdo *online* em paralelo com atividades *offline*. A rotina de verificar o conteúdo *online* frequentemente fornece uma sensação de permanecer conectado ao utilizador (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Os utilizadores com um nível mais elevado de monitorização têm tendência a verificar mais rapidamente o telemóvel, independentemente de terem recebido ou não uma notificação. Tendo em conta que estas verificações são frequentes, estas podem-se tornar rapidamente num hábito, demonstrando um bem-estar negativo do mesmo (Johannes, et al., 2020).

Deste modo, tanto o comportamento de verificação, como a resposta imediata às notificações recebidas são muito comuns entre os utilizadores (Reinecke, et al., 2018). Estes hábitos consistem num uso recorrente de diversos meios de comunicação, acabando por se tornar inconsciente por parte do indivíduo.

2.3. Uso problemático da Internet

É devido ao acesso ilimitado da Internet que o telemóvel se pode tornar um inimigo para quem o utiliza com mais frequência, visto que pode levar a um uso problemático (Dempsey, O'Brien, Tihamiyu, & Elhai, 2019), sendo este um elemento determinante na compreensão do excesso da utilização da Internet (Blasco, Cosculluela, & Robres, 2020). No entanto, os utilizadores conseguem distinguir entre um uso controlado (Humphreys, Von Pape, & Karnowski, 2013), em que se conseguem focar na atividade, caso esta não envolva o telemóvel, e um uso imersivo (Humphreys, Von Pape, & Karnowski, 2013), em que se sentem atraídos para o telemóvel e ignoram o que está ao seu redor. No entanto, o uso da Internet não é problemático por si só, mas sim quando o indivíduo abandona outras atividades, de forma a estar conectado (Blasco, Cosculluela, & Robres, 2020).

Por outro lado, o facto de a Internet estar disponível a qualquer momento e em qualquer lugar pode fazer com que o utilizador comece a recorrer mais frequentemente e com mais intensidade ao telemóvel, podendo resultar numa utilização problemática. Deste modo, o termo Uso Problemático da Internet (UPI) foi proposto por Beard e Wolf (2001) e definido como a “utilização da Internet que cria dificuldades psicológicas, sociais, académicas e profissionais na vida de uma pessoa” (p. 378), sendo que qualquer pessoa, independentemente da sua idade, o pode demonstrar (Beard & Wolf, 2001). Através desta definição, o UPI não é descrito como uma doença, tal como outros autores o definem, mas sim como um problema mais comum e menos grave que a adição à Internet (Pontes, Caplan, & Griffiths, 2016). As preocupações, no que diz respeito ao UPI, começaram com o receio de que as pessoas pudessem ficar tão envolvidas que começariam a negligenciar as suas relações *offline* e a preferir as interações *online* (Caplan, 2018). Assim, desde o início dos anos 90, o comportamento social *online* tornou-se mais interpessoal, em comparação às interações *offline* (Caplan, 2018).

A tecnologia, tal como o seu papel na vida da população, evoluiu e com ela evoluiu também os problemas que a tecnologia acarreta (Caplan, 2018). Deste modo, o UPI diz respeito a dificuldades de controlo de impulsos que o utilizador sente que, conseqüentemente, podem dar origem a resultados negativos da utilização da Internet (Caplan, 2003). No entanto, a quantidade de tempo *online* do utilizador nem sempre demonstra ser um problema, visto que muitas atividades exigem tempo excessivo *online* (Caplan, 2003). Apesar de ser muito comum utilizar o termo "vício da Internet", para Beard & Wolf (2001), o termo não retrata corretamente o uso excessivo da Internet, mesmo que existam semelhanças entre os conceitos. Enquanto o vício da Internet resulta de um uso incontrolável e perigoso da tecnologia, o uso excessivo da Internet não corresponde este tipo de comportamentos (Beard & Wolf, 2001).

Pessoas com UPI recorrem à Internet de forma compulsiva, mostrando um padrão de uso excessivo da Internet, independentemente das consequências que esta possa trazer. O uso compulsivo diz respeito à dificuldade de controlar impulsos para estar *online* e o uso excessivo diz respeito ao tempo que o indivíduo se encontra *online*, para além do que é considerado normal (Caplan, 2003). Isto acontece, uma vez que quando os indivíduos preferem a interação *online* à presencial, estes sentem mais dificuldade em controlar o uso da Internet. Deste modo, “o uso excessivo é um dos indicadores mais fracos de resultados negativos, enquanto a preferência pela interação social *online*, o uso

compulsivo e o distanciamento (outro indicador cognitivo) estão entre os mais fortes” (Caplan, 2003, pp. 637-638).

A utilização problemática da Internet e dos telemóveis tem vindo a aumentar, sendo que estas utilizações dependem da atividade que o indivíduo realiza. É possível afirmar que a utilização problemática está associada ao uso de redes sociais, no entanto, não é correto dizer que existe vício na Internet, visto que: (i) a utilização problemática depende das atividades realizadas e não do telemóvel ou da Internet; (ii) a utilização problemática pode ser uma consequência de outras perturbações que o indivíduo possa ter (Lopez-Fernandez, 2019). No que diz respeito ao termo *dependência*, este só é correto quando existe um tipo específico de utilização, como por exemplo a dependência do jogo *online*.

O uso da Internet difere entre o género masculino e feminino devido às diferenças de comportamento e atitudes que estes manifestam. De acordo com Lopez-Fernandez (2019), o género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais, enquanto o género masculino prefere visitar sites de apostas. Assim, a utilização problemática poderá ser mais acentuada no género feminino, devido ao maior uso das redes sociais e ao facto de poderem comunicar e manter relacionamentos através das mesmas, sendo que as mulheres se envolvem mais que os homens (Lopez-Fernandez, 2019).

Cada vez que os utilizadores recorrem à Internet, estes estão mais propensos a desenvolver tolerância à mesma, o que origina um uso mais ativo e prolongado. O uso constante e incontrolável revela-se preocupante, visto que pode levar a alterações de humor, de diminuição da produtividade ou até mesmo a diminuição de realização de atividades básicas (Breslau, Aharoni, Pedersen, & Miller, 2015).

Davis sugere a distinção entre uso problemático geral e específico, em que o geral inclui particularmente o uso excessivo geral e multidimensional da Internet, sem um objetivo em mente (Davis, 2001), e que pode causar resultados negativos no trabalho, na escola e na vida social do indivíduo (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019). Relativamente ao uso problemático específico, o utilizador usufrui da Internet com um determinado objetivo, como o uso em demasia de certas atividades *online* (jogar ou ver vídeos) (Davis, 2001).

Davis (2001) descreve, na discussão do seu modelo cognitivo-comportamental, o UPI como “um ciclo vicioso de distorções cognitivas e de reforço que levam a

comportamentos que originam efeitos problemáticos associados a despendido demasiado tempo *online*” (Davis, 2001, p. 194). Este modelo demonstra que os indivíduos que sofrem de problemas psicossociais, como depressão, podem desenvolver percepções negativas sobre as suas competências sociais e que estes têm preferência por interações *online*, podendo levar a um uso excessivo da Internet (Davis, 2001).

Verifica-se, deste modo, uma *Preferência para a Interação Social Online* (*Preference for Online Social Interaction*, POSI) que é caracterizada por um indivíduo que acredita que esta interação é mais segura e confortável, em comparação com as interações pessoais (Caplan, 2003). Esta preferência aplica-se a indivíduos isolados (sendo este um indicador significativo) e com falta de competências sociais, uma vez que se sentem mais confiantes em criar relações interpessoais *online*, em vez de pessoalmente (Caplan, 2003). A confiança criada fará com que os indivíduos sejam mais amigáveis e se sintam mais eles próprios, acabando por se divertir mais *online* e, conseqüentemente, partilharão experiências e segredos que, provavelmente, não fariam pessoalmente (Caplan, 2003). O mesmo acontece nas redes sociais, pois estas têm a capacidade de transmitir confiança ao utilizador, ao ponto de este partilhar os seus gostos, os seus pensamentos e as suas fotografias, sem nunca o ter feito com alguém que conhece para além da sua vida *online* (Turkle, 2011).

Para além disso, existe uma combinação de indícios cognitivos e comportamentais relativos à UPI, que resultam em aspetos negativos devido ao uso da Internet, tal como a preocupação cognitiva (Davis, 2001). Esta preocupação diz respeito a pensamentos obsessivos em que o indivíduo tem dificuldade em pensar em algo para além do que possa estar a perder *online* ou do que fará quando voltar a conectar-se, sendo apenas nessa altura que os pensamentos serão aliviados (Caplan, 2003). Deste modo, é possível afirmar que os utilizadores que experienciem preocupação cognitiva e um uso excessivo da Internet estão mais propensos a sofrer conseqüências por estarem *online* (Caplan & High, 2006).

Com a sua pesquisa, Caplan (2003) conseguiu identificar diversos sintomas cognitivos e comportamentais de UPI: alteração de humor, em que o indivíduo recorre à Internet com o objetivo de aliviar estados negativos; percepção das vantagens sociais *online*; utilização compulsiva, que o indivíduo não é capaz de controlar a atividade *online* e sente remorsos sobre o mesmo; utilização excessiva, em que o indivíduo perde a noção do tempo despendido na Internet; afastamento, em que existem dificuldades em manter-

se afastado da Internet; e controlo social compreendido, que o indivíduo tem a percepção de um maior controlo quando interage *online* (Caplan, 2003).

2.4. Sentimento de pertença

Como foi abordado anteriormente, a Internet é utilizada de forma a responder a necessidades impostas pelos indivíduos, no entanto o uso problemático da Internet pode provocar a perda de contacto com a realidade, em que o indivíduo se pode isolar e impedir o sentimento de pertença (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019). A pertença depende da motivação pessoal do indivíduo, em que este confia nas próprias necessidades individuais para determinar a sua necessidade de contacto social (Reich & Vorderer, 2013).

Deste modo, o sentimento de pertença consiste em ser aceite num grupo e criar relações importantes e duradouras com outros, sendo que a sua ausência pode contribuir para criar *stress* e causar impactos negativos na saúde e no bem-estar (Baumeister & Leary, 1995). O ser humano pretende construir e manter uma pequena quantidade de relações interpessoais positivas e significativas. Para isso, têm de existir interações frequentes e afetivas com outras pessoas, assim como estáveis e duradouras, onde existe preocupação afetiva entre os dois lados. Quando o indivíduo interage com pessoas aleatórias e inconstantes, este ficará insatisfeito e, conseqüentemente, a falta de pertença trará um efeito de privação e poderá causar efeitos prejudiciais ao mesmo (Baumeister & Leary, 1995).

A falta de sentimento de pertença pode ser prejudicial para o indivíduo, tanto a nível cognitivo como afetivo e comportamental, podendo originar respostas biológicas semelhantes à dor física. Apesar de se esperar que diferentes indivíduos possuam diferentes necessidades e variações culturais no modo como se expressam, esta necessidade de pertença incorpora todos os seres humanos, independentemente das suas culturas (Baumeister & Leary, 1995). Assim, o sentimento de pertença é algo natural no comportamento humano e ocorre em todas as idades e culturas, por mais diferentes que sejam, pois o ser humano necessita de estar em contacto com outras pessoas (Baumeister & Leary, 1995).

O sentimento de ser cuidado e de ser aceite constitui a base da percepção da personalidade (emoção) e aqueles que sentem que não pertencem a nenhum grupo, acabam por recorrer à Internet para aderir ou construir uma comunidade de apoio entre

os utilizadores, de modo a preencher esse sentimento de pertença (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019). A faixa etária dos jovens adultos é considerada a que está mais permanentemente *online*, devido ao facto de o acesso fácil e dos conteúdos digitais promoverem uma satisfação imediata para os mesmos. Assim, os jovens comunicam através do mundo *online*, sendo possível satisfazer essas necessidades básicas (Reich & Vorderer, 2013).

Desta forma, os indivíduos devem relacionar-se com outros até atingirem um nível mínimo de contacto e relação social, sendo que os laços sociais devem ser fáceis de desenvolver. Assim, o sentimento de pertença pode ser dividido em duas partes em que: existe contacto frequente e positivo entre os envolvidos, não havendo, por norma, conflitos; a noção de uma relação fluída entre si é essencial, em que é crucial perceber se existe estabilidade (Baumeister & Leary, 1995). Estes dois aspetos proporcionam aos indivíduos a existência de um relacionamento saudável, sendo essencial para satisfazer o sentimento de pertença, visto que um relacionamento deste nível é mais gratificante, comparativamente a interações com pessoas aleatórias ou meramente conhecidos (Baumeister & Leary, 1995).

No entanto, o modo como as pessoas encaram o sentimento de pertença difere entre homens e mulheres, pois os homens preferem ter mais relacionamentos, mas com menos conexão, enquanto as mulheres preferem ter menos relacionamentos, mas que estes sejam mais próximos e íntimos (Baumeister & Leary, 1995). O ponto em comum entre os géneros é referente ao término de alguma relação já existente, em que esta consegue ser substituída por outra, apesar da necessidade de contacto social variar de pessoa para pessoa (Reich & Vorderer, 2013).

Quando uma relação termina, o indivíduo sente a necessidade de a substituir, no entanto, é algo que demora o seu tempo devido ao desenvolvimento gradual de intimidade e de experiência partilhada. Uma relação duradoura proporciona satisfação, assim como o sentimento de pertença e este aspeto não ocorre nas interações aleatórias e não desejadas, no entanto as interações com estranhos que podem parecer apelativas inicialmente são indicadores de que poderão evoluir a longo prazo (Baumeister & Leary, 1995).

A Teoria do Apego, proposta por Baumeister & Leary (1995), coloca também em destaque a necessidade de pertença, no entanto, é um conceito com uma perspetiva mais geral e independente do tipo de relação que os indivíduos têm (Baumeister & Leary,

1995). Esta teoria tem abordado o facto de a necessidade de pertença poder ser preenchida de outras maneiras. Ou seja, um indivíduo não necessita de ter a melhor relação familiar e amorosa para se sentir satisfeito. Dedicar-se ao trabalho e ao que lhe transmite felicidade é motivo suficiente para se sentir satisfeito consigo mesmo e com a sua vida (Baumeister & Leary, 1995).

A necessidade de pertença sobrepõe-se à necessidade de apego, pelo que contactar com alguém que não é importante para o indivíduo não atinge um nível de bem-estar e de satisfação para o mesmo (Baumeister & Leary, 1995). O mesmo acontece quando um relacionamento é constituído por sentimentos de apego e de compromisso, mas em que não existe interação regular. Ainda que possa dar alguma tranquilidade ao indivíduo saber que existe um vínculo com alguém, é necessário haver contacto regular para o satisfazer totalmente (Baumeister & Leary, 1995). Desta forma, a necessidade de pertença é vista como uma necessidade maior, pelo que o indivíduo valoriza um relacionamento seguro e regular.

2.5. Benefícios e consequências

Para além de tudo o que foi abordado até agora, é importante referir alguns aspetos positivos e negativos no que concerne à intensidade de utilização da Internet. Desta forma, Murdock (2013) realizou um estudo em que verificou que quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o *stress* causado, levando também ao aparecimento de distúrbios do sono e de bem-estar emocional. Isto acontece uma vez que o ato de escrever e de enviar mensagens ativa um estado psicológico que causa tensão corporal (Murdock, 2013), ou seja, esta não é uma atividade saudável quando é feita em demasia, pois pode levar a um estado emocional negativo e de ansiedade. No entanto, outro estudo realizado indica que o uso do telemóvel reduz o *stress* e a ansiedade, mas a qualidade do sono diminui (Stanković, Nešić, Čičević, & Shi, 2021).

As principais consequências para quem utiliza a Internet de um modo excessivo são a baixa produtividade (tanto a nível académico como profissional), insónias, problemas sociais e dieta desequilibrada (Young & Abreu, 2011). Como se pode observar, a tecnologia tem um enorme impacto no utilizador e ele próprio começa a negligenciar-se a si mesmo, o mais importante deixam de ser as suas necessidades, mas sim o mundo *online* em que se encontra. Para além destas consequências, o uso excessivo

desta ferramenta pode levar a problemas ainda mais graves, como a solidão e a dependência (Young & Abreu, 2011).

Estudos indicam que a utilização excessiva da Internet, a depressão e a ansiedade são indicadores significativos da utilização do telemóvel, assim como o aumento da utilização do mesmo está associado à redução do *stress*, resultando numa diminuição da depressão (Stanković, Nešić, Čičević, & Shi, 2021). Deste modo, pessoas com problemas psicossociais têm a tendência em usar mais frequentemente os telemóveis, de modo a aliviar emoções negativas e, conseqüentemente, isolam-se socialmente, causando o aumento da utilização dos mesmos (Kim, Seo, & David, 2015).

No que diz respeito à solidão, este é um dos fatores que perturbam os casamentos e relações entre pais e filhos, pois os indivíduos, de uma forma gradual, começam a despende mais tempo na Internet, em vez de ser com familiares e amigos (Young & Abreu, 2011). Os utilizadores recorrem à Internet, primeiramente, para evitar fazer tarefas diárias, no entanto, eventualmente, tarefas mais importantes começam a ser postas de parte, tal como cuidar dos filhos. Este é um processo abordado através da Teoria da Utilização Compensatória da Internet, em que o indivíduo utiliza a Internet, de modo a evitar problemas reais (Stanković, Nešić, Čičević, & Shi, 2021). Este tipo de comportamento pode ter resultados positivos, em que existe uma redução de *stress* com a utilização da Internet, ou resultados negativos, em que é desenvolvido um vício, perturbando as interações sociais pessoais (Stanković, Nešić, Čičević, & Shi, 2021).

As atitudes agressivas também são um dos problemas demonstrados relativamente ao utilizador, caso alguém os chame à atenção ou queiram que reduzam o tempo *online*, estes mostram agressividade (Young & Abreu, 2011), sendo possível observar que a elevada intensidade de utilização da Internet interfere com as relações interpessoais.

A falta de contacto social pessoal pode levar a que o indivíduo sinta que precise de satisfazer as suas necessidades sociais com outros utilizadores na Internet, no entanto, também pode levar a que o indivíduo dê prioridade aos relacionamentos *online* a longo prazo (Stanković, Nešić, Čičević, & Shi, 2021).

Por outro lado, a ausência da tecnologia a que uma pessoa possa estar habituada faz com que sinta a falta de algo, devido ao poder que a tecnologia tem de fazer o utilizador sentir-se sociável e invencível (Turkle, 2011). Os utilizadores acreditam que a Internet pode ser utilizada como forma de regular o *stress* e como escape para se

distraírem de pensamentos negativos que possam ter (Casale, Caplan, & Fioravanti, 2016). Para muitos, a Internet é como um portal ou um refúgio que transmite esperança e, também, a oportunidade dos utilizadores se fazerem passar pela pessoa que gostavam de ser realmente, com as suas melhores qualidades (Turkle, 2011). Para outros, a Internet permite que os indivíduos com mais dificuldade em conhecer pessoas e construir relações possam interagir *online*, fazendo com que o seu nível de ansiedade social diminua (Caplan, 2003).

A Internet também é uma fonte a que os adolescentes recorrem, como salas de *chat* e *blogs*, de forma a aprenderem a lidar com várias questões, tal como a sua identidade e sexualidade (Reich, Subrahmanyam, & Espinoza, 2012).

3. JOVEM ADULTO

3.1. Caracterização do conceito

A faixa etária do jovem adulto corresponde a idades entre os 18 e os 25 anos, ou seja, esta faz parte da Geração Z, visto que engloba nascimentos entre 1995 e 2004 (Parker & Igielnik, 2020). Por outro lado, Levinson (1977) defende que a faixa etária do jovem adulto corresponde a idades entre os 17 e os 33 anos, sendo nesta fase que este encontra o seu lugar na sociedade (Levinson, 1977). Para o mesmo autor, é por volta dos 28 anos que se sucede a Transição dos Trinta Anos, em que o indivíduo começa a estruturar a sua vida para a fase seguinte, e é até aos 33 anos que esta transição pode acontecer (Levinson, 1977).

Deste modo, esta é uma geração descrita como nativa digital, já que cresceu com telemóveis e Internet, e que não se sente culpada aquando da utilização dos mesmos, visto que é assim que comunicam e se relacionam (Patrão & Sampaio, 2016).

Esta geração é a favor dos direitos humanos e do casamento entre pessoas do mesmo sexo, tal como é mais favorável à igualdade de género (Parker & Igielnik, 2020). Estes também são mais inclusivos a nível étnico-social, são mais trabalhadores e otimistas relativamente ao futuro. Por estas razões, têm menor probabilidade em abandonar o ensino secundário e maior probabilidade em se inscrever na faculdade. Por outro lado, estes jovens têm menor probabilidade de trabalhar enquanto completam os estudos (Parker & Igielnik, 2020).

Comparativamente com as gerações anteriores, as prioridades da geração Z alteraram-se e é possível afirmar que comprar casa e constituir família não está no topo das suas ambições. São importantes os valores tradicionais de trabalho, pois os jovens pretendem algo desafiante e que lhes traga contentamento e um balanço entre o trabalho e a vida pessoal (Sánchez-Hernández, González-López, Buenadicha-Mateos, & Tato-Jiménez, 2019).

Os jovens adultos encontram-se numa fase que pode ser denominada “adulterez emergente”, em que o indivíduo está a transitar para a idade adulta (Arnett, 2000) e se questiona quem é enquanto pessoa, qual a impressão que causa aos outros e quais as suas capacidades e gostos (Erikson & Erikson, 1998). São estas dúvidas que vão fazer com

que o indivíduo desenvolva um sentimento de identidade forte e estável, de modo a que se sinta preparado para o futuro (Erikson & Erikson, 1998).

É crucial a construção de identidade, uma vez que os indivíduos começam a tomar as suas próprias decisões, no que diz respeito a relações afetivas e a escolhas educacionais e profissionais (Arnett, 2000). Esta fase é dedicada à construção de um projeto de vida adulta, sendo caracterizada por uma ideia do futuro em que estão disponíveis várias possibilidades de sucesso, assim como também é uma época marcada pelo aparecimento de novas oportunidades e por sentimentos de insegurança e incerteza (Arnett, 2000).

Devido às exigências atuais no mundo de trabalho, os jovens adultos sentem uma maior necessidade em investir na sua formação, mesmo que isso signifique experimentar diversas áreas (Arnett, 2000). Assim, os jovens são, também, incentivados a prosseguir os seus projetos vocacionais, de modo a pensar no seu futuro profissional e económico. Este aspeto implica que os estudos sejam prolongados e a entrada no mercado de trabalho seja adiada (Andrade, 2010). Os jovens encaram o trabalho como uma fonte de realização pessoal e não apenas como um sustento, em que é um período de ajustamento, podendo ser necessário mudar algumas vezes de trabalho até que os jovens encontrem o trabalho ideal para eles (Arnett, 2000).

Deste modo, é importante salientar a Teoria de Grupo Geracional, desenvolvida por Inglehart (1977). Esta teoria propõe que a vivência de acontecimentos importantes, quer sejam políticos, económicos e/ou sociais irá afetar os comportamentos, atitudes e crenças de uma mesma geração (Inglehart, 1977). Neste caso, qualquer indivíduo pertencente à geração Z terá, geralmente, uma matriz de valores idênticos entre si, visto que viveram os mesmos acontecimentos até à atualidade.

Esta teoria é baseada na hipótese de socialização e na hipótese de escassez, em que os valores básicos dos adultos se irão refletir nas condições socioeconómicas; e em que os grupos têm a tendência de colocar o maior valor subjetivo sobre os recursos socioeconómicos que eram escassos durante a sua juventude. Desta forma, as gerações com menor volume de recursos socioeconómicos vão privilegiar valores de sobrevivência, enquanto os que possuem maior volume vão beneficiar valores pós-modernistas. É certo que sociedades diferentes possuem valores diferentes, assim como encaram o mundo de forma diferente. Estas diferenças de culturas, valores e estilos de vida entre gerações são mais notórias em países com taxas mais elevadas de crescimento económico (Inglehart, 1977). É possível observar que os valores estão a mudar de forma

gradual nos países desenvolvidos, estando estes países ligados ao desenvolvimento socioeconómico. Assim, esta mudança de valores está a reformular crenças religiosas e papéis de género, mudando também a forma como as sociedades são governadas (Inglehart & Welzel, 2005).

Para uma melhor análise da conexão de valores culturais entre sociedades, Inglehart e Welzel desenvolveram o Mapa Cultural Mundial, baseado no World Values Survey (WVS). Neste mapa, cada país é posicionado de acordo com os seus valores (Inglehart & Welzel, 2005), sendo possível distinguir o cruzamento de duas dimensões: valores tradicionais versus valores seculares (no eixo vertical) e valores de sobrevivência versus valores de autoexpressão (no eixo horizontal). Assim, países com culturas semelhantes vão assumir valores semelhantes, pelo que serão posicionados próximos uns dos outros, comparativamente quanto maior for a diferença de valores entre países, maior será a distância entre os mesmos.

No Mapa Cultural Mundial, os valores tradicionais mencionados dizem respeito à importância da religião, da família e das tradições. Os países que incorporam estes valores tendem a rejeitar, por exemplo, a opção de divórcio, aborto, eutanásia e suicídio, havendo um alto nível de orgulho nacional e uma visão nacionalista. Os valores seculares privilegiam o oposto dos valores tradicionais, ou seja, não é dada tanta importância à religião, nem à família e à questão do aborto, sendo que a eutanásia e o suicídio são mais aceitáveis, em que o indivíduo age de acordo o que acha ser melhor para o próprio. Relativamente aos valores de sobrevivência, existe o objetivo de ter segurança física e económica, havendo uma perspectiva etnocêntrica e baixos níveis de confiança. Para os valores de autoexpressão é dada prioridade às questões ambientais e à igualdade de género e é valorizado o trabalho árduo, sendo esta uma cultura ativista e confiante. Os valores de autoexpressão estão a modificar a modernização num processo de desenvolvimento humano, originando uma sociedade mais centralizada nas pessoas (Inglehart & Welzel, 2005).

É em 1989 que é possível começar a ver o posicionamento de Portugal no Mapa Cultural Mundial. Inicialmente, é um país que se encontra no meio dos valores tradicionais e seculares e que se inclina mais ligeiramente para os valores de sobrevivência em vez dos de autoexpressão, permanecendo neste lugar até 1994. A partir daí começa-se a deslocar no eixo vertical para os valores tradicionais, enquanto permanece no mesmo lugar do eixo horizontal. Portugal fica estagnado até 2004, quando

começa a deslocar-se no eixo vertical, ficando novamente entre os valores tradicionais e seculares e no meio dos valores de sobrevivência e de autoexpressão, no eixo horizontal (World Values Survey Association, 2021). Ou seja, em 1989, Portugal era um país em que a população tanto dava importância à religião, à família e às tradições, como o oposto, e que valorizava a segurança física e económica. Atualmente, o primeiro aspeto mantém-se, no entanto, a população tanto valoriza a segurança física e económica, como também dá prioridade às questões ambientais e à igualdade de género, ou seja, Portugal é um país com rendimento médio e com uma zona cultural e económica intermédia.

O desenvolvimento socioeconómico relaciona-se com os valores culturais da sociedade, ou seja, os sistemas de valores vão ser diferentes entre os países mais desenvolvidos e em desenvolvimento. Assim, os países com melhores condições socioeconómicas estão numa posição em que defendem os valores seculares e os valores de autoexpressão, ou seja, não dão tanta importância à religião, nem à família e à questão do aborto, cada um age de acordo com o que acha ser melhor para o próprio e é dada prioridade às questões ambientais e à igualdade de género. No que diz respeito aos países com piores condições socioeconómicas, estes defendem os valores tradicionais e os valores de sobrevivência, ou seja, dão importância à religião, à família e às tradições e pretendem ter segurança física e económica (Inglehart & Welzel, 2005).

No que diz respeito às diferenças de idades entre gerações, estas refletem o ciclo de vida de cada indivíduo, em que vão prevalecendo os valores tradicionais e os valores de sobrevivência à medida que estes envelhecem. As gerações possuem "memórias coletivas" marcadas durante a sua adolescência e vida adulta e estas persistem ao longo das suas vidas, pelo que são notórias as diferenças entre os valores dos jovens e dos idosos, sendo que os mais jovens continuam a ser mais pós-materialistas em comparação aos mais velhos (Inglehart & Welzel, 2005).

Com todo o desenvolvimento que tem sido referido até agora, é importante salientar a Teoria da Modernização, sendo que esta se baseia no progresso humano, e acredita que as sociedades tradicionais serão desenvolvidas à medida que adotam cada vez mais práticas modernas (Inglehart & Welzel, 2005). Com esta teoria, estão a ocorrer mudanças culturais que promovem a autonomia individual, a igualdade de género e a democracia, originando uma sociedade cada vez mais independente e a favor da liberdade e da autoexpressão. Deste modo, é possível afirmar que a modernização socioeconómica, a mudança cultural para a promoção de valores da autoexpressão, e a democratização são

componentes do desenvolvimento humano. É devido ao desenvolvimento socioeconómico que os indivíduos passam a dar mais valor a objetivos a que, anteriormente, não davam tanta prioridade, incluindo a busca da liberdade (Inglehart & Welzel, 2005).

Nos Estados Unidos, após a II Guerra Mundial, surgiu outra versão desta teoria, em que era considerado que o subdesenvolvimento era uma consequência das características internas de um país, ou seja, da economia e de traços psicológicos e culturais tradicionais (Inglehart & Welzel, 2005). De acordo com esta versão, acreditava-se que os valores tradicionais deviam ser substituídos por valores modernos, de modo que a sociedade pudesse seguir o caminho do desenvolvimento capitalista (Inglehart & Welzel, 2005).

Apesar da globalização, os países não se estão a tornar homogêneos, assim como as tradições culturais também não estão a desvanecer, pois são persistentes e moldam o comportamento político e económico das sociedades atuais (Inglehart & Welzel, 2005). É devido à diversidade de valores que existem diferenças entre sociedades, em toda a parte do mundo. Por outro lado, os teóricos da modernização acreditam que é devido às mudanças culturais que ocorreu um crescimento da sociedade industrial, afastando-se assim dos sistemas de valores tradicionais (Inglehart & Welzel, 2005).

3.2. Efeitos da utilização da Internet

Foi através do desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que a comunicação, a educação e o entretenimento progrediram, sendo os telemóveis a tecnologia mais utilizada, globalmente. A tecnologia 4G e 5G e a constante evolução das funções que os telemóveis oferecem são os fatores que suscitam o aumento do uso do telemóvel (Lopez-Fernandez, et al., 2017). Atualmente, para além dos jovens utilizarem o telemóvel e o computador como um meio de conexão, também recorrem aos mesmos para realizar trabalhos escolares. Com o *stress* causado pelos trabalhos e pela carga horária escolar, a Internet é um dos meios a que os jovens recorrem para o libertar (Navarro-Ibarra, García-Santillán, & Molchanova, 2020).

Através de um estudo realizado por Howard, Rainie, & Jones (2001), é possível afirmar que a educação é um aspeto bastante importante, no que diz respeito ao tipo de atividade que o indivíduo fará na Internet (Howard, Rainie, & Jones, 2001). Quem possui

um maior nível de educação e de rendimento tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online*, comparativamente a quem possui um rendimento e nível de educação mais reduzido (Madden, 2003).

No caso dos estudantes, é possível afirmar que os que ainda vivem com os pais têm menos tendência a utilizar redes sociais, visto que ainda residem numa cidade e ambiente familiar e, o sentimento de pertença dos mesmos ainda pode ser preenchido pelos pais e amigos próximos (Hargittai, 2007). Por outro lado, os estudantes que se deslocam de casa para estudar acabam por perder os laços amigáveis previamente estabelecidos, resultando na falta de sentimento de pertença. Neste caso, a Internet é uma ferramenta que também pode ajudar a satisfazer a necessidade de pertencer (Reich & Vorderer, 2013). Assim, os jovens procuram satisfazer este sentimento através da construção de novas e duradouras relações (*online* e *offline*), visto que preferem ter uma comunicação mais direta e ter amigos íntimos, em vez de conhecidos (Baumeister & Leary, 1995).

No entanto, a evolução das TIC pode tornar os jovens mais vulneráveis a vários vícios, visto que é o grupo que tem mais probabilidade de se envolver no mundo *online* (Hargittai, 2007) e, assim, é o que mais está conectado (Hargittai & Hinnant, 2008). Deste modo, apesar de diferentes faixas etárias terem diferentes comportamentos perante a utilização da Internet, é o jovem adulto que está mais propenso a revelar comportamentos problemáticos relativamente à mesma (Lopez-Fernandez, et al., 2017).

A dependência pessoal, as exigências de realização do indivíduo e a sua disponibilidade no que diz respeito a trabalho, a estudo e a redes sociais são as principais causas para a elevada utilização do telemóvel por parte dos jovens adultos (Thomé, Härenstam, & Hagberg, 2011), havendo preferência pelos smartphones em vez dos computadores (Lopez-Fernandez, 2019). No entanto, durante uma aula, a maior parte dos alunos recorrem ao computador para escrever notas, em vez de utilizar um caderno, aproveitando para fazer outras tarefas, como compras *online* e visitar redes sociais (Turkle, 2011). A mesma autora confirma que os alunos que utilizam o computador durante as aulas, têm um pior aproveitamento, em comparação aos que não o utilizam (Turkle, 2011).

A acessibilidade constante tem muitas vantagens, no entanto, implica que qualquer pessoa possa ser perturbada a qualquer hora do dia, mesmo durante a noite.

Quando o indivíduo é interrompido durante o sono pode ter efeitos negativos para a sua saúde que, posteriormente, se podem transformar em algo mais grave. Assim, estes sentem sobrecargas mentais, qualidade de sono reduzido, sensação de estarem presos ao dispositivo e sentimentos de culpa devido à falta de tempo e capacidade para responder a todas as chamadas e mensagens (Thomé, Härenstam, & Hagberg, 2011).

Tal como já foi mencionado, a faixa etária do jovem adulto corresponde a uma geração descrita como "nativos digitais", ou seja, que nasce dependente da comunicação visual e móvel e estão dispostos a assumir riscos devido ao uso indevido da tecnologia (Lopez-Fernandez, et al., 2017). Apesar desse aspeto, não é correto afirmar que os indivíduos são dependentes do telemóvel, mas sim das atividades que este oferece, pois de acordo com o estudo de Lopez-Fernandez (2017), grande parte da faixa etária de jovens adultos do género feminino utiliza o telemóvel diariamente para enviar mensagens e ir às redes sociais. Visto que os homens usam menos o telemóvel para fins sociais, o género feminino é o mais predominante neste aspeto, estando mais suscetível a desenvolver um comportamento mais comum e viciante (Van Deursen, Bolle, Hegner, & Kommers, 2015).

Os adolescentes ficam aliviados e sentem segurança em saber que os seus amigos e família estão *online* e acessíveis, mesmo que não pretendam conversar com eles (Turkle, 2011), sendo que, por norma, os utilizadores têm a tendência em comunicar com amigos ou familiares, em vez de conhecer pessoas novas (Hargittai, 2007). Os jovens encaram o dia-a-dia à espera de algum tipo de conexão, e estão dispostos a correr riscos, apenas para permanecerem *online* (Turkle, 2011).

Deste modo, quando não existe um sentimento de pertença a uma comunidade por parte do indivíduo, o bem-estar do mesmo pode sofrer consequências, especialmente nos jovens. É nesta fase que os jovens desenvolvem inseguranças relativamente à sua aparência corporal, sendo este um dos fatores que pode originar ansiedade (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019). Neste caso, a ansiedade da aparência social tem a ver com o tom de pele, a altura ou o peso e é definida através do *stress* que os jovens experienciam quando a sua aparência física é avaliada por outras pessoas (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019), quer seja pessoalmente ou através da Internet.

O ato de partilha e exibição enriquecem o indivíduo, no entanto, quando atinge um nível excessivo pode fazer com que quem esteja a observar se sinta descontente com a própria vida (Blasco, Cosculluela, & Robres, 2020). O mesmo acontece quando o

indivíduo é comparado a alguém ou recebe *feedback* negativo de outras pessoas, isto pode intensificar o uso da Internet e, conseqüentemente, aumentar o seu nível de *stress* (Tras, Öztemel, & Baltaci, 2019).

A intensidade de utilização da Internet pode dar origem a problemas de saúde mental, tais como: baixa autoestima, depressão e ansiedade. Assim, existem fortes associações entre a elevada utilização das TIC e sintomas de saúde mental entre jovens adultos, pelo que a partir do momento em que o utilizador incorpora a Internet como a atividade principal no seu dia-a-dia, pode causar angústia e perda de controlo, podendo afetar a sua saúde e bem-estar pessoal e social (Lopez-Fernandez, 2019).

Por outro lado, estudos indicam que quanto mais idade a pessoa tiver, menor será o uso da Internet (Blasco, Cosculluela, & Robres, 2020) e quem começa a utilizar a Internet com uma idade mais nova, pode estar habilitado a desenvolver níveis mais elevados de depressão, compulsividade e agressividade (Navarro-Ibarra, García-Santillán, & Molchanova, 2020).

No entanto, é possível afirmar que com o estudo de Dempsey, O'Brien, Tihamiyu, & Elhai (2019), os adultos (entre 35 e 44 anos) têm taxas mais elevadas de uso da Internet, em comparação com os jovens adultos, no que diz respeito à pesquisa de emprego e utilização de sites governamentais (Hargittai & Hinnant, 2008). Isto não significa que os jovens adultos não o façam, muito pelo contrário, muitos jovens adultos procuram emprego *online* e estes têm a tendência de ser mais cultos e de ser do género masculino (Hargittai & Hinnant, 2008).

Quer seja numa idade mais nova ou alguém que esteja mais tempo na Internet, também aumenta a probabilidade de solidão e envolvimento social, em comparação com os que estão menos tempo *online* (Caplan & High, 2006). A idade é, sem dúvida, uma variável significativa aquando da análise do uso excessivo da Internet e os efeitos que pode causar (Blasco, Cosculluela, & Robres, 2020). A Internet oferece diversas práticas, porém quando é utilizada durante muito tempo seguido e com grande intensidade, pode causar adições, tais como os jogos e as compras *online* (Navarro-Ibarra, García-Santillán, & Molchanova, 2020). Para os utilizadores, o uso da Internet é visto como uma atividade necessária, não havendo noção por parte dos mesmos de que é um uso excessivo (Navarro-Ibarra, García-Santillán, & Molchanova, 2020).

Assim, Katz, Blumler e Gurevitch (1973) apresentam a Teoria dos Usos e Gratificações quando se apercebem de que as pessoas utilizam a tecnologia para benefício próprio (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Por outras palavras, estes queriam explicar o porquê de os indivíduos utilizarem os meios de comunicação para satisfazer necessidades específicas e para atingir objetivos, tendo em conta que os mesmos estão cientes que recorrem à tecnologia com este propósito (Dou, Wang, & Zhou, 2006).

Deste modo, esta teoria apresenta cinco pressupostos: i) “a audiência é concebida como ativa” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 510), ou seja, os meios de comunicação são direcionados de forma a que os espetadores tentem atingir os seus objetivos através desses meios; ii) “no processo de comunicação em massa, a iniciativa em conectar a necessidade de gratificação e a escolha dos meios de comunicação recai sobre o membro da audiência” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 511), em que o espetador decide o que pretende ver, sem permitir que os meios de comunicação o influenciem; iii) “os meios de comunicação social competem com outras fontes de satisfação de necessidades” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 511), ou seja, as necessidades a que os meios de comunicação respondem não são completas, pelo que a comunicação em massa deve competir com outras fontes, de modo a ajudar a satisfazer todas as necessidades do indivíduo; iv) “muitos dos objetivos da utilização dos meios de comunicação social podem ser derivados de dados fornecidos pelos próprios membros individuais da audiência” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 511), ou seja, as pessoas sabem quais são os seus interesses, pelo que podem comunicar e fornecer dados, se necessário; v) “os juízos de valor sobre o significado cultural da comunicação em massa devem ser suspensos enquanto as orientações do público são exploradas nos seus próprios termos” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 511), pelo que o espetador pode determinar o valor do conteúdo dos meios de comunicação, sendo este que toma a decisão sobre o que deve ver.

Os meios de comunicação social, ao exporem conteúdo, proporcionam a que o indivíduo sinta algumas necessidades, quer seja para relaxar ao ver televisão, ou ler para ficar mais culto ou aproveitar o tempo de forma mais benéfica (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Assim, é possível identificar cinco benefícios que a comunicação social oferece: i) o indivíduo consome os meios de comunicação social, de forma a aliviar tensões e conflitos; ii) esses meios podem ser utilizados para transmitir consciência ao espetador sobre assuntos atuais; iii) são oferecidas oportunidades aos mais pobres, para

que seja possível satisfazer as suas necessidades; iv) são transmitidos valores, cujo fortalecimento é facilitado pelo consumo dos meios de comunicação; v) existe familiaridade com os meios de comunicação, pelo que há monitorização para saber os gostos dos indivíduos, de forma a continuar a haver adesão por parte dos mesmos (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

O indivíduo utiliza diferentes meios para diferentes tarefas e, assim, McQuail, Blumler, & Brown (1972) criaram quatro categorias de forma a caracterizar as necessidades que os indivíduos sentem ao utilizar a tecnologia: desvio, que consiste em ter a motivação em alterar a rotina através do entretenimento que a tecnologia oferece (Dou, Wang, & Zhou, 2006); relações pessoais, como um substituto de companheirismo e como utilidade social (McQuail, Blumler, & Brown, 1972); identidade pessoal, como propósito de exploração da realidade e de reforço de valor (McQuail, Blumler, & Brown, 1972); e vigilância, para o indivíduo supervisionar e compreender as mudanças no ambiente envolvente (Dou, Wang, & Zhou, 2006).

Estas quatro categorias dizem respeito ao facto de o indivíduo querer desenvolver o domínio cognitivo do ambiente envolvente, de forma a sentir segurança ou para o indivíduo aproveitar os meios de comunicação existentes para a melhorar a sua autoestima, para preencher a sua necessidade de conexão com os outros, apenas para reduzir o *stress* e a ansiedade ou ainda, como forma de escape (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

4. METODOLOGIA

4.1. Métodos de investigação

No que diz respeito à presente investigação, tenho como objetivo analisar de que formas a intensidade de utilização da Internet afeta os indivíduos, no seu dia-a-dia, sendo essa a questão de partida. Para o presente trabalho foi realizada uma metodologia quantitativa, havendo recolha de dados e construção de hipóteses.

Deste modo, para uma melhor comparação e discussão de resultados, foi escolhido um artigo de investigação, de Halley M. Pontes, Scott E. Caplan e Mark D. Griffiths, que tem como objetivo validar uma versão portuguesa da Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2) e fornecer uma taxonomia do risco potencial do Uso Problemático da Internet (UPI) entre participantes. Os autores elaboraram um inquérito *online* com questões sobre as características sociodemográficas dos participantes e os padrões de utilização da Internet (idade, género, preferência de acesso à Internet, frequência e intensidade de utilização da Internet) e foi realizada uma análise fatorial confirmatória.

O inquérito dá a possibilidade de “permitir conhecer e aprofundar o conhecimento através das opiniões de vários indivíduos, de uma forma incisiva” (Sarmento, 2013, p. 28), e foi o instrumento escolhido para a investigação. Desta forma, foi elaborado um questionário *online* com o intuito de que a análise fosse o mais próxima possível do artigo, juntamente com o instrumento EUGPI2 (cf. Anexo A).

4.2. Hipóteses e operacionalização de conceitos

Inicialmente, antes da elaboração do questionário, foi construída uma tabela de operacionalização (cf. Anexo B) e foram formuladas hipóteses através de vários artigos e autores, assim como conceitos, dimensões, indicadores e, posteriormente, a questão correspondente a cada hipótese. As hipóteses servem para verificar, após a aplicação do questionário, quais as diferenças e semelhanças nos resultados obtidos.

Foram criadas oito hipóteses, em que a primeira e segunda dizem respeito ao instrumento de EUGPI2, do artigo de investigação mencionado no início deste capítulo e as restantes dizem respeito a outros autores referidos no decorrer deste trabalho final.

A primeira e segunda hipóteses foram formuladas através dos resultados do artigo de investigação de Pontes, Caplan, & Griffiths (2016), de forma a comparar os mesmos. A primeira hipótese é **H1** - a solução de fatores para analisar o EUGPI2 confirma a Preferência pela Interação Social *Online*, Regulação de Humor, Resultados Negativos e Auto-regulação Deficiente. Foram definidos como conceitos os “fatores” e o instrumento “EUGPI2”, para que se possa analisar o mesmo, através das quatro dimensões delineadas (Preferência pela Interação Social *Online*, Regulação de Humor, Resultados Negativos e Auto-regulação Deficiente).

A segunda hipótese é **H2** - existem três classes de risco de EUGPI2 (baixo 47%, médio 40% e alto 12% a 13%). Os conceitos definidos foram os “fatores subjacentes às classes de risco” e o instrumento “EUGPI2”, de forma a verificar se existem as três classes de risco, correspondentes às percentagens indicadas. Apesar de ter sido feito um esforço, não foi possível fazer a análise desta hipótese devido à falta de recursos para a fazer.

A terceira hipótese é **H3** - grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens e ir às redes sociais. Esta hipótese tem como referência o estudo de Lopez-Fernandez (2017), em que este diz que grande parte da faixa etária dos jovens adultos do género feminino utiliza o telemóvel diariamente para enviar mensagens e ir às redes sociais. Para verificar se as conclusões são as mesmas, foi definido como conceito a “utilização do telemóvel” e como dimensão as “atividades realizadas no telemóvel”.

As duas hipóteses seguintes complementam a hipótese anterior e, por isso, estão denominadas da seguinte forma: **H3a** - o género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais; **H3b** - o género masculino prefere visitar sites de apostas. As hipóteses H3a e H3b baseiam-se no mesmo estudo referido anteriormente, de Lopez-Fernandez (2019), no qual é referido que o género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais, enquanto que o género masculino prefere visitar sites de apostas. Neste caso, para além de analisar a preferência por ouvir música, ir às redes sociais e visitar sites de apostas, também é necessário analisar a variável “género”, de forma a verificar se existe diferença entre os géneros. Para as hipóteses H3a e H3b são analisadas as variáveis “género” e “frequência com que utiliza o telemóvel para ouvir música, ir às redes sociais e visitar sites de apostas”.

A quarta hipótese é **H4** - quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online* – e Madden (2003) afirma no seu estudo que quem possui um maior nível de educação e de rendimento tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online*, comparativamente a quem possui um rendimento e nível de educação mais reduzido. Os conceitos definidos são a “utilização do telemóvel”, o “nível de escolaridade” e “rendimento”, no entanto o último conceito não será tratado, visto que os inquiridos podiam não se sentir confortáveis em facultar essa informação. A questão é elaborada de forma a saber o nível de escolaridade dos inquiridos e com que frequência estes utilizam o telemóvel para ir ao *email*, para pesquisar informações sobre produtos ou serviços e para organizar viagens *online*.

A próxima hipótese diz respeito a **H5** - os estudantes que vivem com familiares utilizam menos as redes sociais. Esta hipótese é justificada através de Hargittai (2007), em que o autor afirma que os estudantes que ainda vivem com os pais têm menos tendência a utilizar redes sociais, porque o sentimento de pertença ainda pode ser preenchido pelo ambiente familiar e pelos amigos. Foram definidos como conceitos a “utilização do telemóvel”, a “ocupação” e a “situação de residência” e, para esta hipótese, apenas serão considerados os estudantes, em vez da totalidade da amostra. Será necessário saber a ocupação do inquirido, se reside com os seus familiares e com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais, sendo que estes também são os indicadores associados.

A sexta hipótese é **H6** - a elevada intensidade de utilização da Internet é problemática para o utilizador. É a partir da revisão de literatura de Lopez-Fernandez (2019) que se justifica a hipótese colocada, o autor afirma que a partir do momento em que o utilizador incorpora a Internet como a atividade principal no seu dia-a-dia, o seu uso pode causar angústia e perda de controlo, podendo afetar a sua saúde e bem-estar pessoal e social. Foram definidos os conceitos “utilização da Internet”, “utilização problemática” e “intensidade elevada”, sendo que é necessário saber quantas horas o inquirido costuma passar na Internet, diariamente, assim como saber se sente que a elevada utilização da Internet lhe pode trazer consequências físicas e emocionais. Os indicadores associados dizem respeito ao tempo despendido na Internet, diariamente; aos

problemas físicos e emocionais, bem como aos problemas de saúde e de bem-estar pessoal e social.

As próximas duas hipóteses estão englobadas num só conjunto, uma vez que se complementam: **H7** - os estudantes, quando não têm conexão à Internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico; **H7a** - após se habituarem a estar sem Internet, os estudantes sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos. Relativamente às hipóteses H7 e H7a, estas justificam-se através de Vorderer, Krömer, & Schneider (2016), que afirmam que os estudantes, quando não têm Internet, sentem-se vazios e como se algo estivesse em falta, tendo alguns também referido que se sentiam irritados ou, até mesmo, em pânico. Por outro lado, após se terem habituado a estar sem Internet, alguns alunos disseram sentir-se mais relaxados e menos stressados, que os dias pareciam mais compridos e que conseguiam aproveitar melhor o dia; experienciaram, também, que conseguiram ter mais tempo para familiares e amigos e se sentiram mais livres e produtivos.

Ambas as hipóteses têm como conceitos a “utilização da Internet” e a “ocupação”, sendo que será questionado aos inquiridos “nos últimos dois anos, lembra-se de ter alguma vez estado sem acesso à Internet durante um período de mais de dois dias? Se sim, habituou-se facilmente ou não?”, e também será questionado “como se sente quando não tem acesso à Internet?”. Foi questionado durante mais de dois dias, de forma a seguir a mesma lógica que a da revisão de literatura, visto que os autores pretendiam adquirir informações sobre a perda temporária do acesso à Internet durante, pelo menos, alguns dias (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016). Os indicadores presentes são: a lembrança de ter estado sem acesso à Internet durante mais de dois dias; a habituação ou não à falta de acesso à Internet; os sentimentos negativos e positivos associados; e a ocupação.

Por fim, a última hipótese é: **H8** - quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o *stress* causado, assim como o aparecimento de distúrbios do sono e do bem-estar emocional. A hipótese final foi baseada em Murdock (2013), e no seu estudo verificou que quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o *stress* causado, levando também ao aparecimento de distúrbios do sono e do bem-estar emocional. Foi colocada a questão “por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente, no telemóvel (sms e redes sociais)?”, assim como “quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto...”,

sendo que os indicadores delineados foram: quantidade de mensagens recebidas e enviadas, diariamente, e sentimentos relativos à quantidade de mensagens recebidas e enviadas.

A primeira questão relativa à hipótese foi colocada da mesma forma que a autora do artigo, no entanto não foi possível fazer o mesmo com a segunda questão, visto que a autora aplicou diversas escalas a cada categoria, o que faria com que o questionário ficasse demasiado extenso. Assim, não foi possível fazer os testes estatísticos, tendo sido realizada uma análise descritiva.

De seguida, foi realizado um questionário *online* (cf. Anexo C), de forma a responder às hipóteses anteriores. O questionário foi desenhado tendo em consideração as questões necessárias e estrutura, de forma a que o inquirido se sentisse bem recebido e estivesse envolvido numa conversa fluída. O facto de ser um questionário *online* é benéfico para a investigação, porque não oferece a possibilidade de o inquirido ser influenciado por motivos externos, podendo, assim, interpretar as perguntas no tempo que for necessário, levando a que as respostas sejam as mais verdadeiras possíveis (Bryman, 2008).

O questionário está dividido em quatro secções, sendo que a primeira é composta apenas por uma pergunta relativa à idade, de forma a definir a amostra pretendida. Na secção seguinte pretende-se saber os hábitos de utilização da Internet, como por exemplo: o número de horas que o inquirido costuma passar na Internet, diariamente, assim como o número de mensagens enviadas e recebidas, a frequência de utilização e sentimentos relativos à mesma. A terceira secção diz respeito à caracterização da utilização da Internet, em que foi introduzido o instrumento EUGPI2, referente ao artigo de comparação. Por fim, a última secção compõe questões sobre os fatores demográficos, de forma a saber o género, nível de escolaridade e ocupação dos inquiridos. Na globalidade do questionário foram utilizados vários métodos de resposta: parágrafos abertos; respostas de escolha múltipla; escalas Likert de 7 pontos de concordância (1=discordo totalmente a 7=concordo totalmente), assim como de 5 pontos (1=nunca a 5=diariamente [inclui o fim de semana]).

Foram ainda realizados pré-testes, de forma a identificar possíveis erros e ajustes que fossem necessários modificar no questionário, antes de ser lançada a versão final.

4.3. Pré-testes

Os pré-testes foram realizados individualmente, através de uma plataforma de videochamadas e enquanto o utilizador lia a pergunta, este dizia o que entendia pela mesma, assim como podia expor alguma dúvida que surgisse no seu decorrer.

Duas pessoas do género feminino, ambas com 22 anos de idade participaram nos pré-testes (cf. Tabela 1), sendo que a dúvida comum entre ambas teve a ver com a quantidade de mensagens que enviavam e recebiam, diariamente, e se estas incluíam todas as plataformas ou alguma em específico e o facto de não ser possível estimar o número exato de mensagens. Também surgiram algumas questões relativamente ao termo “pesquisar informações sobre produtos ou serviços”, no entanto este não pôde ser alterado, visto que era uma categoria que se encontrava exatamente igual ao artigo de onde foi baseado.

Assim, o tempo de realização do questionário, incluindo o esclarecimento de dúvidas, foi entre 8 e 10 minutos, ainda que se estime que o mesmo não deveria demorar mais do que cinco minutos. Foi realizada apenas uma ronda de pré-testes, de forma a perceber se todas as questões no questionário estavam perceptíveis e transmitiam a mensagem pretendida. Uma vez que os detalhes a alterar não foram muito significativos, não se justificou a realização de mais nenhuma ronda de pré-testes.

Tabela 1. *Pré-testes*

	Género	Idade	Tempo de realização
Utilizador 1	Feminino	22 anos	10 minutos
Utilizador 2	Feminino	22 anos	8 minutos

Nota. Elaboração própria.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1. Caracterização da amostra

O questionário foi lançado a 27 de maio de 2021 e terminou a 19 de julho de 2021, tendo tido um total de 461 respostas, em que 433 são válidas (cf. Anexo D - Figura E), visto que a amostra definida corresponde à faixa etária de jovens adultos, com idades entre os 17 e os 33 anos, sendo que esta se enquadra na geração Z.

No que diz respeito ao género dos inquiridos, existe uma maioria absoluta do género feminino (63,05%) e o género masculino constitui 36,95% da totalidade (cf. Anexo D - Figura F). Também é possível afirmar que 76,91% diz residir com os seus familiares, enquanto os restantes 23,09% não residem (cf. Anexo D - Figura G). Deste modo, o nível de escolaridade mais comum entre os inquiridos é a licenciatura, com 34,2%, seguido de superior a licenciatura, com 26,1% e de curso médio/bacharelato/frequência universitária com 24,7% (cf. Anexo D - Figura H). Relativamente à ocupação, a maioria dos inquiridos são estudantes (50,6%) e 40,4% exerce uma profissão (cf. Anexo D - Figura I).

5.2. Caracterização da amostra relativamente à intensidade de utilização da internet

No que diz respeito ao número de horas diárias passadas na Internet, de forma que a leitura seja mais fácil, as respostas foram agrupadas em cinco diferentes grupos. O primeiro corresponde a entre 1 e 3 horas de uso diário na Internet, o segundo corresponde a entre 4 e 6, o terceiro é entre 7 e 9, o quarto é entre 10 e 12 e, por fim, o último grupo corresponde a entre 13 e 20 horas diárias (cf. Figura A).

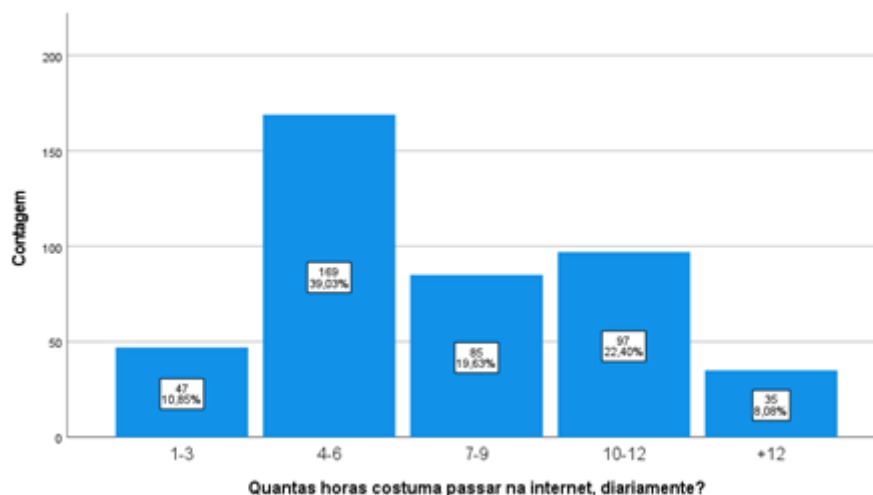


Figura A. Análise univariada da variável “Quantas horas costuma passar na Internet, diariamente?”

Nota. Elaboração própria.

Existe uma grande variedade de respostas, no entanto 5 horas é a quantidade mais comum entre os inquiridos (15,01%), seguido de 8 horas, com 13,39%. As 4 e 6 horas também são respostas bastante comuns, com 12,01% cada (cf. Anexo E - Figura J). A média é de 7,48 e o desvio-padrão corresponde a 3,721 devido à dispersão de horas, pois existe variação entre 1 e 20 horas diárias na Internet (cf. Anexo E - Tabela 33). Para esta questão foram analisados os *outliers* e extremos, no entanto foi decidido não retirar os casos devido à própria natureza das variáveis.

Relativamente ao número de mensagens que os inquiridos enviam e recebem, diariamente, de forma que a leitura seja mais fácil, as respostas foram agrupadas de acordo com a autora de referência, Murdock (2013), em que esta define que até 50 mensagens diárias é considerado um nível baixo de mensagens, entre 51 e 100 é um nível moderado e a partir de 100 mensagens é um nível elevado (cf. Figura B).

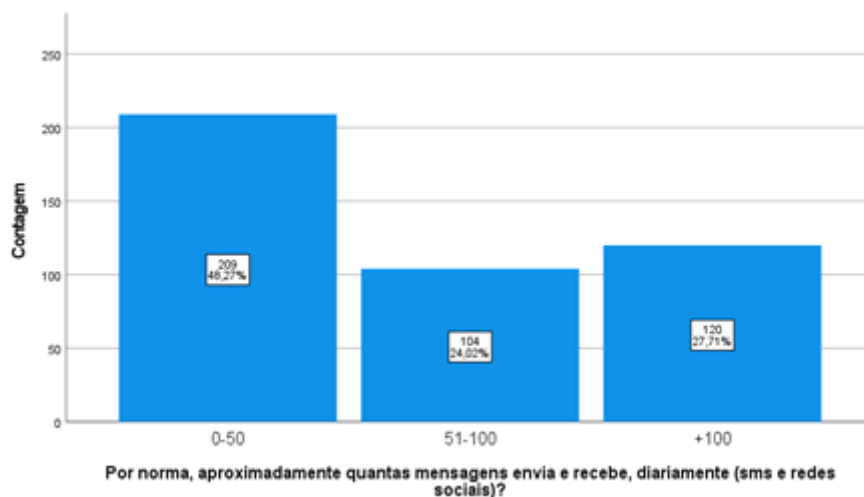


Figura B. Análise univariada da variável “Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?”

Nota. Elaboração própria.

Relativamente à análise de variáveis, Murdock (2013) obteve 28 respostas para o primeiro e terceiro níveis e 27 respostas para o segundo nível, tendo obtido também uma maior percentagem no nível baixo. Para a nossa amostra, a resposta com maior percentagem foi de 100 mensagens enviadas e recebidas (16,9%), correspondendo a um nível moderado de mensagens (cf. Anexo E - Figura K), mas quase metade da amostra está inserida no nível baixo. Existe uma média de 164 e um desvio-padrão de 375 (cf. Anexo E - Tabela 34), sendo que a média não coincide com o número mais respondido e devido à diversidade de respostas que varia entre 0 e 5000 mensagens. Para esta questão também foram analisados os *outliers* e extremos e, tal como com a questão anterior, foi decidido não retirar os casos devido à própria natureza das variáveis.

Relativamente ao sentimento dos participantes, quando o número de mensagens e recebidas aumenta, 22,4% dizem concordar um pouco sobre sentirem mais *stress*. No que diz respeito à existência de distúrbios de sono, 18,9% discordam totalmente, mas 18% concordam um pouco, havendo opiniões renhidas neste aspeto, e 20,3% dizem discordar que sentem mais problemas de bem-estar emocional. No que diz respeito a efeitos positivos, existe uma maioria absoluta de concordância (27%) sobre se sentirem mais sociais e 26,8% concorda um pouco sobre sentirem que têm pessoas que se preocupam com eles (cf. Tabela 2). Para mais informações, consultar tabela 35, no Anexo E.

Tabela 2. Análise univariada da variável “Quando o número de mensagens recebidas e enviada aumenta, sinto...”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Mais stress	%	13,2	14,3	10,6	16,6	22,4	13,4	9,5	100
Mais distúrbios de sono	%	18,9	17,1	12,7	15,9	18,0	11,8	5,5	100
Mais problemas de bem-estar emocional	%	19,4	20,3	15,9	16,2	13,2	11,3	3,7	100
Mais social	%	4,4	7,9	7,6	16,6	22,6	27,0	13,9	100
Que tenho pessoas que se preocupam comigo	%	4,8	5,8	8,3	18,9	26,8	24,5	10,9	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Não concordo nem discordo; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

No que diz respeito à frequência de utilização do telemóvel, existe uma maioria absoluta relativamente ao envio de mensagens, a ida às redes sociais, ouvir música e a ida ao *email*, em que, respetivamente, 82,7%, 85,2%, 52,9% e 55,7% realiza estas atividades diariamente, incluindo ao fim de semana. Quanto aos sites de apostas, 85,2% diz nunca os visitar. A pesquisa de informações sobre produtos ou serviços também é realizada, diariamente, por 35,1% dos inquiridos e, por fim, 46,4% diz organizar viagens *online* em menos de 3 ou 4 dias por semana (cf. Tabela 3). Para mais informações, consultar tabela 36, no Anexo E.

Tabela 3. Análise univariada da variável “Com que frequência utiliza o telemóvel para...?”

		1	2	3	4	5	Total
Enviar mensagens	%	0,2	3,9	4,8	8,3	82,7	100
Ir às redes sociais	%	0,5	2,3	3,7	8,3	85,2	100
Ouvir música	%	3,0	9,9	12,0	22,2	52,9	100
Visitar sites de apostas	%	85,2	7,6	1,8	2,5	2,8	100
Ir ao email	%	0,7	5,5	14,8	23,3	55,7	100
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços	%	1,2	15,5	26,3	21,9	35,1	100
Organizar viagens online	%	41,1	46,4	5,3	2,8	4,4	100

Legenda: 1-Nunca; 2-Menos de 3 ou 4 dias por semana; 3-3 ou 4 dias por semana; 4-5 ou 6 dias por semana; 5-Diariamente (inclui o fim de semana).

Nota. Elaboração própria.

No que concerne as consequências físicas e emocionais da elevada utilização da Internet, a categoria “problemas físicos/dores corporais” é a que mais se destaca, com 39,7% (cf. Anexo E - Figura L), tendo havido respostas como dores de cabeça, distúrbios de sono e má postura, assim como “problemas de saúde mental” que também possui a mesma percentagem. De seguida, encontra-se a categoria “problemas de confiança”, com 19,6%, e a categoria “sim” é a que menos respostas obteve, com 2,1%, em que os inquiridos dizem sentir que a elevada utilização da Internet pode trazer consequências físicas e emocionais, no entanto, não referem nenhum exemplo.

Relativamente ao acesso à Internet, 48% dos inquiridos diz nunca ter estado sem acesso. De seguida, 28,9% não se habituou e sentiu-se ansioso sem esse acesso e 2,1% dos inquiridos dizem ter-se habituado mais ou menos a estar sem acesso à Internet (cf. Anexo E - Figura M).

Por outro lado, no que diz respeito ao sentimento quando não existe acesso à Internet, 29,3% dos inquiridos dizem discordar totalmente em relação ao sentimento de vazio, assim como referem o mesmo em relação a se sentirem irritados e em pânico, com 30,9% e 48,5%, respetivamente (cf. Tabela 4). Por outro lado, 31,2% concordam um pouco que é como se algo estivesse em falta quando não têm acesso à Internet. 23,3% não concorda nem discorda que se sente relaxado, mas 22,2% concorda um pouco, estando as opiniões muito renhidas entre si. O mesmo acontece com o sentimento de estar menos stressado, em que 21,5% não concorda nem discorda e 20,6% concorda um pouco, 26,6% concorda que os dias parecem mais compridos quando não existe acesso à Internet e 24,9% concorda que é como se tivessem mais tempo para familiares e amigos. O mesmo acontece com o facto de se sentirem mais livres, em que 22,9% concorda. De seguida, 20,8% permanece neutro quanto ao sentimento de produtividade e, por fim, 33,3% não concorda nem discorda que se sente indiferente aquando da falta de acesso à Internet. Para mais informações, consultar tabela 37, no Anexo E.

Tabela 4. Análise univariada da variável “Como se sente quanto não tem acesso à Internet?”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Vazio	%	29,3	20,1	13,4	10,2	17,6	5,8	3,7	100
Como se algo estivesse em falta	%	11,8	10,2	8,1	6,9	31,2	19,2	12,7	100
Irritado	%	30,9	16,9	11,3	9,5	18,0	8,1	5,3	100
Em pânico	%	48,5	24,2	7,9	8,8	6,9	2,1	1,6	100
Relaxado	%	6,0	12,5	10,6	23,3	22,2	17,3	8,1	100
Menos stressado	%	7,9	12,0	14,8	21,5	20,6	15,0	8,3	100
Como se os dias parecessem mais compridos	%	6,5	7,4	7,4	12,0	19,2	26,6	21,0	100
Como se tivesse mais tempo para familiares e amigos	%	6,9	7,6	6,0	18,5	18,5	24,9	17,6	100
Mais livre	%	6,9	8,3	10,4	18,7	15,9	22,9	16,9	100
Produtivo	%	9,5	9,0	11,3	20,8	18,2	18,2	12,9	100
Indiferente	%	23,3	14,8	10,4	33,3	8,5	5,1	4,6	433

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Não concordo nem discordo; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

Relativamente ao nível de concordância relativamente ao uso da Internet (instrumento EUGPI2), 40,6% discorda totalmente sobre a preferência da interação social *online* comparativamente à comunicação face-a-face, à semelhança de que 30% também discorda totalmente sobre se sentir mais confortável com a interação social *online* e 41,3% discorda totalmente sobre preferir comunicar-se com as pessoas *online* em vez de face-a-face (cf. Tabela 5). Assim, 35,8% discorda totalmente que tem dificuldades em gerir a sua vida por causa da Internet e 21,7% discorda totalmente sobre se sentir perdido caso não se pudesse conectar à Internet. 61% dos inquiridos discorda totalmente relativamente à perda de compromissos ou atividades sociais por causa do seu uso da Internet, assim como 46,9% também não pensa obsessivamente em estar *online* quando não está na Internet. O mesmo acontece com 28,2%, que dizem discordar totalmente com a afirmação de que quando não está na Internet, é difícil resistir ao impulso de se conectar, assim como 55% também sentem o mesmo sobre o seu uso da Internet criar problemas na sua vida.

24% discorda totalmente que quando não está *online* por algum tempo, se começa a preocupar com a ideia de se conectar. Por outro lado, 27,3% diz concordar que usou a Internet para falar com outras pessoas quando se sentiu sozinho(a), assim como 25,2% diz também concordar que usou a Internet para se sentir melhor quando estava em baixo e 24,7% concorda que usou a Internet para se sentir melhor quando estava chateado(a). Por fim, 20,1% concorda um pouco sobre ter dificuldade em controlar a quantidade de tempo que passa *online* e 18,9% concorda um pouco que é difícil controlar o uso da Internet. Para mais informações, consultar tabela 38, no Anexo E.

Tabela 5. Análise univariada da variável “Qual é o seu nível de concordância com cada uma das seguintes afirmações, relativamente ao uso da Internet não profissional ou académico (ou seja, considere apenas o uso da Internet por lazer, tanto no computador como em qualquer dispositivo)?”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Prefiro a interação social online em relação à comunicação face-a-face	%	40,6	25,2	7,6	8,1	7,6	6,2	4,6	100
Usei a Internet para falar com outras pessoas quando me senti sozinho(a)	%	7,6	7,6	4,6	8,3	21,7	27,3	22,9	100
Quando não estou online por algum tempo, começo a preocupar-me com a ideia de me conectar	%	24,0	17,8	11,3	12,5	21,9	9,0	3,5	100
Tenho dificuldade em controlar a quantidade de tempo que passo online	%	12,2	14,8	6,9	12,0	20,1	18,0	15,9	100
Tenho dificuldades em gerir a minha vida por causa da Internet	%	35,8	22,4	9,0	10,2	10,6	6,0	6,0	100
Sinto-me mais confortável com a interação social online do que a interação face-a-face	%	30,0	23,1	9,7	14,1	11,8	5,1	6,2	100
Usei a Internet para me sentir melhor quando estava em baixo	%	9,9	7,2	4,8	7,9	22,6	25,2	22,4	100
Sentir-me-ia perdido(a) se não me pudesse conectar à Internet	%	21,7	18,9	14,5	12,2	15,5	12,0	5,1	100
Sinto que é difícil controlar o meu uso da Internet	%	17,1	15,7	9,9	9,9	18,9	14,5	13,9	100
Perdi compromissos ou atividades sociais por causa do meu uso da Internet	%	61,0	16,9	4,4	5,5	7,2	2,8	2,3	100
Prefiro comunicar-me com as pessoas online em vez de face-a-face	%	41,3	24,7	7,9	7,4	7,6	4,4	6,7	433

Usei a Internet para me sentir melhor quando estava chateado(a)	%	10,2	7,2	7,9	9,2	21,2	24,7	19,6	100
Penso obsessivamente em estar online quando não estou na Internet	%	46,9	24,9	7,6	8,8	7,2	3,0	1,6	100
Quando não estou na Internet, é difícil resistir ao impulso de me conectar	%	28,2	21,7	9,9	10,6	15,5	8,5	5,5	100
O meu uso da Internet criou problemas na minha vida	%	55,0	15,9	5,3	8,8	7,6	3,7	3,7	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Neutro; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

5.3. Análise de hipóteses

No que diz respeito à H1 (a solução de fatores para analisar o EUGPI2 confirma a Preferência pela Interação Social *Online*, Regulação de Humor, Resultados Negativos e Auto-regulação Deficiente), foi realizada uma CFA (cf. Figura C) sobre os 15 itens do EUGPI2 em toda a amostra (N=433), de forma a testar os dois principais modelos concorrentes (Modelo A vs. Modelo B) do EUGPI2 (cf. Tabela 6).

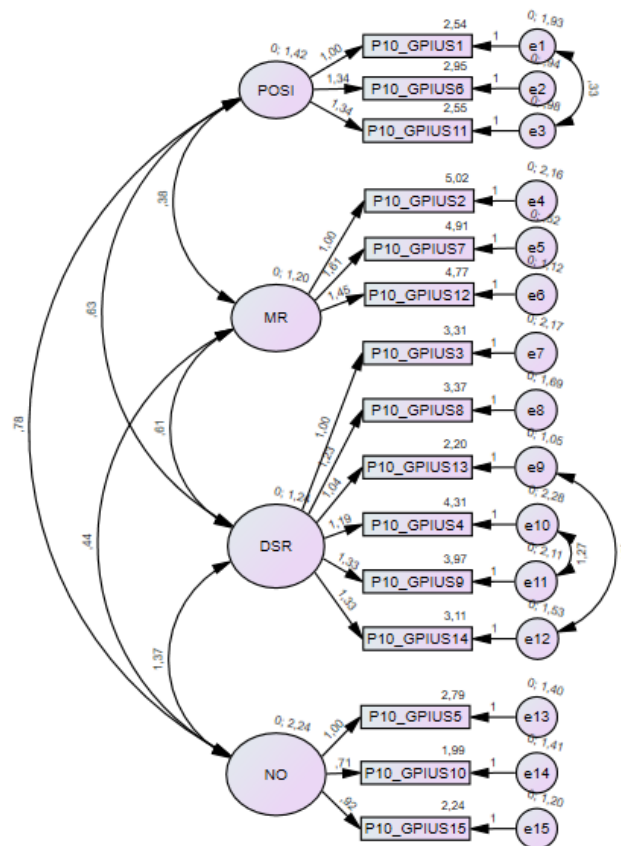


Figura C. H1 Análise fatorial confirmatória (CFA) da Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2) (Modelo B Modificado).

Abreviaturas: **POSI:** Preferência pela Interação Social Online; **MR:** Regulação do Humor; **NO:** Resultados Negativos; **DSR:** Auto-Regulação Deficiente. *Nota.* Elaboração própria.

Os resultados obtidos ao testar o Modelo A original não revelaram a melhor qualidade de ajustamento: $\chi^2=62,7$; $\chi^2/gf=2,6$; RMSEA=0,059 [90% CI: 0,042-0,077], p-close=0,18; CFI=0,98; TLI=0,96. No caso do Modelo B, os resultados sofreram uma má adaptação ($\chi^2=489,5$; $\chi^2/gf=5,8$; RMSEA=0,102 [90% CI: 0,094-0,111], p-close=0; CFI=0,88; TLI=0,83). No entanto, de modo a melhorar a qualidade do modelo, procedeu-se à análise dos índices de modificação, que sugeriu a covariação de três termos de erro de artigos pertencentes ao mesmo fator (ou seja, 13 e 14, 4 e 9, e 11 e 1). Isto pode ser o resultado de uma redação relativamente semelhante e construção latente subjacente a ser avaliada por estes indicadores. Após adicionar estas limitações, um terceiro modelo foi testado (Modelo B Modificado) (cf. Tabela 6), tendo apresentado uma qualidade bastante satisfatória ($\chi^2=314,4$; $\chi^2/gf=3,9$; RMSEA=0,079 [90% CI: 0,070-0,088], p-close=0; CFI=0,93; TLI=0,90). Comparativamente ao Modelo B Modificado correspondente ao artigo de investigação, existe uma diferença significativa no valor P-close (0,09), em que não se rejeita a hipótese nula, ou seja, as variáveis são independentes, no entanto os restantes valores apresentam uma qualidade aceitável. Assim, é através do modelo B Modificado que se confirma que as dimensões e as perguntas escolhidas são as acertadas.

Tabela 6. *H1 Modelos testados*

	Qui quadrado	Qui quadrado/grau de liberdade	RMSEA [CI]	P-close	CFI	TLI
Modelo A	62,7	2,6	0.059 [90% CI: 0.042-0.077]	0,18	0,98	0,96
Modelo A (artigo)	374,2	4,6	0.076 [90% CI: 0.068-0.084]	<0,001	0,89	0,86
Modelo B	489,5	5,8	0.102 [90% CI: 0.094-0.111]	0	0,88	0,83
Modelo B (artigo)	377,7	4,5	0.075 [90% CI: 0.067-0.083]	<0,001	0,89	0,86
Modelo B Modificado	314,4	3,9	0.079 [90% CI: 0.070-0.088]	0	0,93	0,90
Modelo B Modificado (artigo)	242,9	2,9	0.057 [90% CI: 0.049-0.065]	0,09	0,94	0,93

Nota. Elaboração própria.

Foram calculados os valores para curtose e assimetria e estão todos dentro do previsto, ou seja, os valores são normais. No que diz respeito a detetar outliers univariados, foi calculado o z-score e, visto que nenhum dos valores foram $\pm 3,29$ de desvio padrão, é possível afirmar que estão todos dentro do intervalo estipulado e nenhum caso precisa de ser excluído. Isto significa que os 15 indicadores podem ser utilizados.

No que diz respeito aos valores de alfa de Cronbach, o nível de confiabilidade total é muito bom em todas as dimensões definidas, ou seja, é superior a 0,8, para além da dimensão NO que está no nível bom (cf. Tabela 7). Na sua totalidade, apresentam semelhanças com o artigo de investigação. Relativamente aos valores de fiabilidade composta, todos os valores estão próximos dos do artigo de investigação. Sobre o valor de Variância Média Extraída (AVE), este tem que ser $\geq 0,50$, por isso todas as variáveis satisfazem a condição, e tal como o artigo de investigação os valores estão próximos entre si. Apenas o valor de correlação entre NO e DSR (0,82) é superior à raiz quadrada de AVE dos mesmos, querendo dizer que as dimensões são diferentes entre si. Os restantes encontram-se dentro do previsto.

Tabela 7. H1 Fiabilidade, convergência e validade discriminante da Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2)

Variável	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Composta	AVE	Matriz de Correlação			
				POSI	MR	NO	DSR
POSI	0,85	0,83	0,63	0,79			
MR	0,82	0,84	0,64	0,29	0,80		
NO	0,79	0,79	0,56	0,44	0,27	0,75	
DSR	0,87	0,85	0,50	0,47	0,50	0,82	0,70

Abreviaturas: AVE: Variância Média Extraída; POSI: Preferência pela Interação Social Online; MR: Regulação do Humor; NO: Resultados Negativos; DSR: Auto-Regulação Deficiente. *Nota:* O alfa do Cronbach obtido para todos os 15 itens foi de 0,89. Os coeficientes em negrito na diagonal da tabela representam a raiz quadrada da Variância Média Extraída para cada variável latente. *Nota.* Elaboração própria.

No que concerne a H2 (existem três classes de risco de EUGPI2 (baixo 47%, médio 40% e alto 12% a 13%), não foi possível fazer a análise desta hipótese devido à falta de recursos existentes, apesar de ter sido feito um esforço.

Para a H3 (grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens e ir às redes sociais), grande parte do género feminino

utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens (81,3%), no entanto, se compararmos com o género masculino, é notório que este é mais predominante, com 85% (cf. Tabela 8). Também foi calculada a contagem esperada, de forma a verificar se os dados estavam dentro do esperado (cf. Anexo F - Tabela 39). De seguida, foi realizado o teste qui-quadrado e foi possível verificar que não se rejeita H_0 , ou seja, as variáveis são independentes (cf. Tabela 9). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para enviar mensagens?” não depende da variável “Género” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,604>0,05$).

Tabela 8. H3 Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para enviar mensagens?" e "Género"

			Género		Total
			Feminino	Masculino	
Enviar mensagens	3 ou 4 dias por semana ou menos	%	9,9	7,5	9,0
	5 ou 6 dias por semana	%	8,8	7,5	8,3
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	81,3	85,0	82,7
Total		%	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 9. H3 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	1,007 ^a	2	,604

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 13,30.

Nota. Elaboração própria.

Quanto à ida às redes sociais, grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, com esse efeito (86,1%), sendo que também é predominante em relação ao género masculino (83,8%) (cf. Tabela 10). Também foi calculada a contagem esperada, de forma a verificar se os dados estavam dentro do esperado (cf. Anexo F - Tabela 40). Relativamente ao teste de qui-quadrado, não se rejeita H_0 , ou seja, as variáveis são independentes (cf. Tabela 11). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?” não depende da variável “Género” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,561>0,05$). É possível afirmar que a hipótese se confirma na sua totalidade.

Tabela 10. H3 Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?" e "Género"

			Género		Total
			Feminino	Masculino	
Redes sociais	3 ou 4 dias por semana ou menos	%	5,5	8,1	6,5
	5 ou 6 dias por semana	%	8,4	8,1	8,3
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	86,1	83,8	85,2
Total			%	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 11. H3 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	1,155 ^a	2	,561

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 10,35.

Nota. Elaboração própria.

No que diz respeito à H3a (o género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais), quanto à variável “ouvir música”, é possível observar pela hipótese anterior (cf. Tabela 10), que o género feminino, com 86,1%, tem preferência em ir às redes sociais, diariamente, comparativamente ao género masculino. Da mesma forma, a contagem esperada (cf. Anexo F - Tabela 40) e o teste de qui-quadrado têm os mesmos resultados (cf. Tabela 11). Relativamente à variável “ouvir música” é o género masculino que prefere ouvir música diariamente, com 58,1% (cf. Tabela 12), tendo sido também calculada a contagem esperada, de forma a verificar se os dados estavam dentro do esperado (cf. Anexo F - Tabela 41). De acordo com o teste qui-quadrado não se rejeita H0, ou seja, as variáveis são independentes (cf. Tabela 13). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para ouvir música?” não depende da variável “Género” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,106 > 0,05$). Por fim, para esta hipótese foram realizados testes de normalidade de Shapiro-Wilk (cf. Tabela 14) e testes de Levene (cf. Tabela 15) e, visto que a significância é, respetivamente, $< 0,05$ e $\geq 0,05$, é possível afirmar que a distribuição é normal e/ou homogénea, visto que um dos pressupostos se verifica. Por isso, a hipótese confirma-se apenas no que diz respeito às redes sociais.

Tabela 12. H3a Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ouvir música?" e "Género"

			Género		Total
			Feminino	Masculino	
Ouvir música	Nunca	%	3,7	1,9	3,0
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	11,4	7,5	9,9
	3 ou 4 dias por semana	%	13,2	10,0	12,0
	5 ou 6 dias por semana	%	22,0	22,5	22,2
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	49,8	58,1	52,9
Total		%	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 13. H3a Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	4,483 ^a	2	,106

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 35,47.

Nota. Elaboração própria.

Tabela 14. H3a Teste de normalidade de Shapiro-Wilk

	Teste de normalidade de Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.
Ir às redes sociais	,417	433	,000
Ouvir música	,759	433	,000

Nota. Elaboração própria.

Tabela 15. H3a Teste de Levene

		Teste de Levene para igualdade de variâncias	
		Z	Sig.
Ir às redes sociais	Variâncias iguais assumidas	3,877	,050
	Variâncias iguais não assumidas		
Ouvir música	Variâncias iguais assumidas	3,562	,060
	Variâncias iguais não assumidas		

Nota. Elaboração própria.

Para a H3b (o género masculino prefere visitar sites de apostas), é possível afirmar que o masculino prefere visitar sites de apostas (3,1%), diariamente. No entanto, existe uma grande percentagem que nunca visita (76,3%) (cf. Tabela 16). Foi calculada a

contagem esperada, de forma a verificar se os dados estavam dentro do esperado (cf. Anexo F - Tabela 42) e também foi feito o teste qui-quadrado e rejeita-se H_0 , ou seja, as variáveis não são independentes (cf. Tabela 17). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para visitar sites de apostas?” depende da variável “Género” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0<0,05$).

Tabela 16. H3b Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para visitar sites de apostas?" e "Género"

		Género		Total	
		Feminino	Masculino		
Visitar sites de apostas	Nunca	%	90,5%	76,3%	85,2%
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	3,3%	15,0%	7,6%
	3 ou 4 dias por semana	%	2,2%	1,3%	1,8%
	5 ou 6 dias por semana	%	1,5%	4,4%	2,5%
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	2,6%	3,1%	2,8%
Total		%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota. Elaboração própria.

Tabela 17. H3b Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	21,422 ^a	2	,000

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 11,45.

Nota. Elaboração própria.

Foram feitos testes de normalidade de Shapiro-Wilk (cf. Tabela 18) e testes de Levene (cf. Tabela 19), sendo possível dizer que a significância é $<0,05$ em ambos, pelo que a distribuição não é normal e/ou homogénea, visto que nenhum dos pressupostos se verifica. Assim, é feito o teste não paramétrico de Mann-Whitney (cf. Tabela 20). Como $\text{sig}=0,00<0,05$, rejeita-se a hipótese nula, ou seja, distribuição da variável “com que frequência utiliza o telemóvel para visitar sites de apostas” não é igual para todas as categorias da variável “género”. Assim, há diferença entre géneros, por isso a hipótese está correta.

Tabela 18. H3b Teste de normalidade de Shapiro-Wilk

	Teste de normalidade de Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.
Visitar sites de apostas	,397	433	,000

Nota. Elaboração própria.

Tabela 19. H3b Teste de Levene

		Teste de Levene para igualdade de variâncias	
		Z	Sig.
Visitar sites de apostas	Variâncias iguais assumidas	14,037	,000
	Variâncias iguais não assumidas		

Nota. Elaboração própria.

Tabela 20. H3b Teste de Mann-Whitney

Teste não paramétrico de Mann-Whitney			
Hipótese nula	Teste	Sig. ^{a,b}	Decisão
A distribuição de “Com que frequência utiliza o telemóvel para visitar sites de apostas?” é igual nas categorias de “Género”.	Amostras Independentes de Teste U de Mann-Whitney	,000	Rejeitar a hipótese nula.

a. O nível de significância é ,050.

b. A significância assintótica é exibida.

Nota. Elaboração própria.

Para a H4 (quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online*), 58,1% das pessoas com licenciatura utilizam o *email* diariamente, comparativamente aos 69% das pessoas com nível de escolaridade superior a licenciatura (cf. Tabela 21). A contagem esperada foi calculada (cf. Anexo F - Tabela 43), assim como o teste qui-quadrado, que revelou que se rejeita H0, ou seja, as variáveis não são independentes (cf. Tabela 22). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para ir ao *email*?” depende da variável “nível de escolaridade” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,002<0,05$).

Tabela 21. H4 Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ir ao email?" e "Nível de escolaridade"

			Nível de escolaridade			Total
			Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura	
Ir ao email	Nunca	%	0,0	1,4	0,9	0,7
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	7,6	5,4	2,7	5,5
	3 ou 4 dias por semana	%	17,4	14,2	11,5	14,8
	5 ou 6 dias por semana	%	30,2	20,9	15,9	23,3
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	44,8	58,1	69,0	55,7
Total		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 22. H4 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	17,197 ^a	4	,002

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 23,75.

Nota. Elaboração própria.

Por outro lado, 36,6% dos inquiridos que possuem o ensino secundário ou menos pesquisam informações sobre serviços e produtos, diariamente, enquanto 34,5% corresponde a licenciados e 33,6% pessoas com estatuto superior a licenciatura também o fazem todos os dias (cf. Tabela 23). A contagem esperada foi calculada (cf. Anexo F - Tabela 44), assim como o teste qui-quadrado e este mostra que não se rejeita H_0 , ou seja, as variáveis são independentes (cf. Tabela 24). Assim, a variável "com que frequência utiliza o telemóvel para pesquisar informações sobre produtos ou serviços?" não depende da variável "nível de escolaridade" (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,268>0,05$).

Tabela 23. H4 Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para pesquisar informações sobre produtos ou serviços?" e "Nível de escolaridade"

			Nível de escolaridade			Total
			Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura	
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços	Nunca	%	1,2	0,7	1,8	1,2
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	17,4	14,2	14,2	15,5
	3 ou 4 dias por semana	%	25,6	23,0	31,9	26,3
	5 ou 6 dias por semana	%	19,2	27,7	18,6	21,9
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	36,6	34,5	33,6	35,1
Total		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 24. H4 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	5,193 ^a	4	,268

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 24,79.

Nota. Elaboração própria.

Em relação à organização de viagens online, apenas 2% dos licenciados o fazem diariamente, assim como acontece com 6,2% de quem tem um nível de escolaridade superior a licenciatura (cf. Tabela 25). A contagem esperada foi calculada (cf. Anexo F - Tabela 45), assim como o teste qui-quadrado e é possível dizer que não se rejeita H0, ou seja, as variáveis são independentes (cf. Tabela 26). Assim, a variável "com que frequência utiliza o telemóvel para organizar viagens *online*?" não depende da variável "nível de escolaridade" (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,064>0,05$).

Tabela 25. H4 Análise das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para organizar viagens online?" e "Nível de escolaridade"

			Nível de escolaridade			Total
			Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura	
Organizar viagens online	Nunca	%	47,7	39,9	32,7	41,1
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	39,5	50,7	51,3	46,4
	3 ou 4 dias por semana	%	5,2	4,7	6,2	5,3
	5 ou 6 dias por semana	%	2,3	2,7	3,5	2,8
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	5,2	2,0	6,2	4,4
Total		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 26. H4 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	8,877 ^a	4	,064

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 14,09.

Nota. Elaboração própria.

Também se verifica, através dos testes de normalidade de Shapiro-Wilk, que todas as variáveis têm $\text{sig}=0,00 < 0,05$, ou seja, a distribuição não é normal e rejeita-se a hipótese nula (cf. Tabela 27). Neste caso, a hipótese está correta em todos os aspetos, exceto na pesquisa de informações sobre produtos ou serviços, apesar dos valores estarem muito próximos entre si. Madden (2003) refere que, relativamente à pesquisa de informações sobre produtos ou serviços, o género masculino tem mais necessidade em fazê-lo, comparativamente ao género feminino. Tendo em conta que a nossa amostra é maioritariamente feminina, pode ser uma razão para não se ter confirmado a hipótese na sua totalidade.

Tabela 27. H4 Teste de normalidade de Shapiro-Wilk

	Teste de normalidade de Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.
Ir ao email	,747	433	,000
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços	,856	433	,000
Organizar viagens online	,722	433	,000

Nota. Elaboração própria.

No que diz respeito à H5 (os estudantes que vivem com familiares utilizam menos as redes sociais), é possível observar que dos estudantes que residem com os seus familiares, 84,3% vai às redes sociais diariamente, enquanto 67,6% não reside e também vai às redes sociais no seu dia-a-dia (cf. Tabela 28). A contagem esperada também foi calculada (cf. Anexo F - Tabela 46). O teste qui-quadrado revelou que se rejeita H0, ou seja, as variáveis não são independentes (cf. Tabela 29). Assim, a variável “com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?” depende da variável “reside com os seus familiares?” (Qui-quadrado: $p\text{-value}=0,021 < 0,05$). Deste modo, a hipótese não se confirma. Hargittai (2007) refere que os estudantes que vivem em casa com os seus pais utilizam menos as redes sociais, comparativamente aos que vivem com colegas de quarto ou sozinhos, dizendo que o contexto de utilização e o ambiente envolvente estão relacionados com a utilização da Internet. Neste caso, o resultado foi o oposto, ou seja, a maioria dos estudantes que residem com os seus familiares vai às redes sociais, diariamente.

Tabela 28. H5 Análise das variáveis “Com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?” e “Reside com os seus familiares?”

			Reside com os seus familiares?		Total	
			Sim	Não		
Ir às redes sociais	Nunca	%	0,0	2,9	0,5	
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	%	3,8	5,9	4,1	
	3 ou 4 dias por semana	%	3,8	8,8	4,6	
	5 ou 6 dias por semana	%	8,1	14,7	9,1	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	%	84,3	67,6	81,7	
Total			%	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboração própria.

Tabela 29. H5 Teste qui-quadrado

Teste qui-quadrado			
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	5,351 ^a	1	,021

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 6,21.

Nota. Elaboração própria.

Para a H6 (a elevada intensidade de utilização da Internet é problemática para o utilizador), a variável correspondente à questão “Sente que a elevada utilização da Internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos.” diz respeito a uma resposta aberta, por isso foram criadas categorias de resposta, sendo: 1-Sim; 2-Não; 3- Problemas físicos/dores corporais; 4- Problemas de saúde mental; 5- Problemas emocionais; 6-Vício; 7- Problemas de confiança; 8-Negligência pessoal; 9- Outro. Assim sendo, através da análise descritiva é possível dizer que tanto os problemas físicos como os de saúde mental são os mais respondidos pelos inquiridos, correspondendo a uma média de 7 e 8 horas diárias, respetivamente. De seguida, 85 inquiridos dizem que problemas de confiança são outras consequências da elevada utilização da Internet, sendo que corresponde, em média, a quem utiliza a Internet durante 7 horas, diariamente. Por outro lado, apenas 17 inquiridos dizem sentir problemas de negligência pessoal, no entanto, é possível observar que a média diária de utilização de Internet destes inquiridos é de 9 horas (cf. Anexo F - Tabela 47). Este fator mostra que, apesar de não ser a maioria absoluta a concordar com esta consequência, existe um maior número de horas de utilização. Assim, é possível afirmar que a hipótese está correta.

Para a H7 (os estudantes, quando não têm conexão à internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico), 66,7% dos estudantes discordam com a afirmação de sentirem um vazio quando não têm acesso à Internet (cf. Tabela 30). Por outro lado, 59,4% concordam que é como se algo estivesse em falta. Relativamente a sentirem-se irritados e em pânico, 62,1% e 83,1%, respetivamente, discordam. Deste modo, a hipótese só está correta no que diz respeito ao sentimento de que algo está em falta quando os estudantes não têm acesso à Internet. Podemos concluir que, apesar de mais de metade dos estudantes sentirem que algo está em falta quando não têm acesso à Internet, estes não sentem um vazio, nem irritados ou em pânico. Vorderer, Krömer, & Schneider (2016) referem que o comportamento *online* ou a sua ausência tanto pode causar *stress* como relaxamento. Neste caso, a maior parte

dos estudantes sente-se relaxado, menos stressado e mais produtivo. Mais de metade dos estudantes sente que os dias parecem mais compridos, que têm mais tempo para família e amigos e sentem-se mais livres (cf. Anexo F - Tabela 48).

Tabela 30. H7 Análise das variáveis "Como se sente quando não tem acesso à Internet?" e "Ocupação"

		Ocupação				
		Estudante	Exerce uma profissão	Desempregado	Outra situação	Não responde
		%	%	%	%	%
Vazio	1	66,7	59,4	61,9	47,1	100,0
	2	8,7	12,0	9,5%	11,8	0,0
	3	24,7	28,6	28,6	41,2	0,0
Como se algo estivesse em falta	1	32,0	28,6	14,3	35,3	100,0
	2	8,7	5,1	4,8	5,9	0,0
	3	59,4	66,3	81,0	58,8	0,0
Irritado	1	62,1	55,4	61,9	52,9	100,0
	2	8,2	10,9	14,3	5,9	0,0
	3	29,7	33,7	23,8	41,2	0,0
Em pânico	1	83,1	78,3	90,5	58,8	100,0
	2	7,3	10,9	4,8	11,8	0,0
	3	9,6	10,9	4,8	29,4	0,0

Legenda: 1-Discordo; 2-Não concordo nem discordo; 3-Concordo.

Nota. Elaboração própria.

Para a H7a (após se habituarem a estar sem Internet, os estudantes sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos), relativamente à variável “habituiu-se facilmente ou não quando esteve sem acesso à Internet durante mais de 2 dias?”, tendo em conta que esta é uma questão aberta, foram criadas categorias de resposta, sendo: 1- Nunca esteve sem acesso; 2-Não se habituou; 3-Mais ou menos; 4-Não se habituou e sentiu-se ansioso; 5-Foi complicado, mas habituou-se; 6-Habituou-se facilmente; 7-Habituou-se e sentiu-se mais livre. Assim, é possível dizer que 48% dos estudantes concordam que se sentem mais relaxados após se terem habituado a estar sem Internet (cf. Tabela 31), assim como 80% também concorda que os dias parecem mais compridos, têm mais tempo para família e amigos (68%), sentem-se mais livres (56%) e mais produtivos (52%). Por outro lado, 40% discorda que sente menos *stress*, mas 44% concorda com essa afirmação. Deste modo, a hipótese confirma-se.

Tabela 31. H7a Análise das variáveis "Como se sente quando não tem acesso à Internet?" e "Nos últimos 2 anos, lembra-se de ter alguma vez estado sem acesso à Internet durante um período de mais de 2 dias? Se sim, habituou-se facilmente ou não?"

		Nunca esteve sem acesso	Não se habituou	Mais ou menos	Não se habituou e sentiu-se ansioso	Foi complicado, mas habituou-se	Habituou-se facilmente	Habituou-se e sentiu-se mais livre
		%	%	%	%	%	%	%
Relaxado	1	38,2	36,8	33,3	14,4	28,0	6,7	18,2
	2	22,2	31,6	55,6	23,2	24,0	6,7	9,1
	3	39,6	31,6	11,1	62,4	48,0	86,7	72,7
Menos stress	1	43,0	44,7	22,2	21,6	40,0	13,3	9,1
	2	18,4	21,1	55,6	24,8	16,0	20,0	27,3
	3	38,6	34,2	22,2	53,6	44,0	66,7	63,6
Dias mais compridos	1	21,3	21,1	22,2	22,4	4,0	33,3	27,3
	2	10,6	5,3	22,2	15,2	16,0	20,0	0,0
	3	68,1	73,7	55,6	62,4	80,0	46,7	72,7
Mais tempo para família e amigos	1	21,7	23,7	22,2	20,8	12,0	6,7	9,1
	2	17,4	26,3	11,1	18,4	20,0	13,3	18,2
	3	60,9	50,0	66,7	60,8	68,0	80,0	72,7
Mais livre	1	29,0	31,6	22,2	22,4	16,0	20,0	0,0
	2	16,4	26,3	44,4	16,8	28,0	13,3	18,2
	3	54,6	42,1	33,3	60,8	56,0	66,7	81,8
Produtivo	1	31,9	36,8	22,2	25,6	32,0	20,0	18,2
	2	20,3	23,7	22,2	22,4	16,0	13,3	27,3
	3	47,8	39,5	55,6	52,0	52,0	66,7	54,5

Legenda: 1-Discordo; 2-Não concordo nem discordo; 3-Concordo.

Nota. Elaboração própria.

Relativamente à última hipótese H8 (quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o *stress* causado, assim como o aparecimento de distúrbios do sono e de bem-estar emocional), 196 inquiridos sentem mais *stress* quando o número de mensagens enviadas e recebidas aumenta, havendo uma média de 201 mensagens, sendo o valor mais elevado observado (cf. Anexo F - Tabela 49). Por outro lado, 211 inquiridos discordam que apareçam mais distúrbios de sono, com uma média de 149 mensagens. 241 inquiridos discordam que o aumento de mensagens enviadas e recebidas tragam mais problemas de bem-estar emocional, havendo uma média de 140 mensagens, sendo este o valor mais baixo. Deste modo, 22,4% concorda um pouco sobre sentir mais *stress* quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta (cf.

Tabela 32). 18,9% discorda totalmente em sentir mais distúrbios de sono, no entanto, por outro lado, 18% concorda um pouco sobre a mesma afirmação, havendo opiniões muito renhidas neste aspeto. Por fim, 20,3% discorda sentir problemas de bem-estar emocional. É possível observar que apesar de mais pessoas concordarem que existe mais *stress*, não se verifica que existam problemas de bem-estar emocional, não estando relacionados entre si. Deste modo, a hipótese só se confirma relativamente ao nível de *stress*. Para Murdock (2013), o envio de mensagens pode aumentar o *stress* interpessoal (verificou-se com a nossa amostra), assim como a interpretação de mensagens pode ser mal-entendida, sendo que é a combinação elevada de *stress* e de mensagens de texto que é problemático. No que diz respeito ao aparecimento de distúrbios do sono, apesar de não se ter verificado que isto acontecesse, Lund, Reider, Whiting, & Prichard (2010) dizem que a utilização noturna do telemóvel pode causar falta de sono, devido à exposição de luz vinda do telemóvel.

Tabela 32. H8 Análise da variável “Quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto...”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Mais stress	%	13,2	14,3	10,6	16,6	22,4	13,4	9,5	100
Mais distúrbios de sono	%	18,9	17,1	12,7	15,9	18,0	11,8	5,5	100
Mais problemas de bem-estar emocional	%	19,4	20,3	15,9	16,2	13,2	11,3	3,7	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Não concordo nem discordo; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

6. CONCLUSÕES

A presente investigação aborda o tema da intensidade e dos efeitos da utilização da Internet, tendo como questão de partida: “De que formas a intensidade de utilização da Internet afeta o indivíduo, no seu dia-a-dia?”. Assim, de forma a responder à questão, foram delineadas oito hipóteses e foram realizadas análises estatísticas para examinar e comparar modelos do instrumento EUGPI2; para avaliar a validade e fiabilidade do mesmo, assim como testes de normalidade e do Qui-quadrado.

A nossa amostra possui idades entre os 17 e os 33 anos e é maioritariamente do género feminino. A maioria é estudante, possui a licenciatura e reside com os seus familiares. Estes vão à Internet durante 5 horas, no seu dia-a-dia, e enviam e recebem 100 mensagens, diariamente, correspondendo a um nível moderado. É um grupo que concorda sentir mais *stress* e mais distúrbios de sono quando o número de mensagens e recebidas aumenta, mas, por outro lado, também concorda que se sente mais social e sente que tem pessoas que se preocupam com eles. Quase metade da amostra diz nunca ter estado sem acesso à Internet e o envio de mensagens e a ida às redes sociais são das atividades mais frequentes entre eles, se bem que isso acarreta problemas de saúde mental e alguns problemas físicos/dores corporais devido à utilização do telemóvel. Por outro lado, estes concordam que quando não existe acesso à Internet, sentem que é como se algo estivesse em falta, mas nunca se sentem irritados nem em pânico. Quase metade da amostra diz preferir a comunicação face-a-face, comparativamente à interação social *online* e mais de metade nunca perdeu compromissos devido ao uso da Internet. Esta é uma amostra que, apesar de recorrer ao telemóvel diariamente, durante umas vastas horas, não se deixa influenciar pelo uso excessivo da Internet e valoriza a comunicação pessoal face-a-face entre amigos e familiares.

Quanto à Hipótese 1 (a solução de fatores para analisar o EUGPI2 confirma a Preferência pela Interação Social *Online*, Regulação de Humor, Resultados Negativos e Auto-regulação Deficiente), no que diz respeito à validade convergente do EUGPI2, todas as variáveis satisfazem a condição estabelecida. No que concerne a validade discriminante, o valor de correlação não se verificou na sua totalidade, querendo dizer que as dimensões Resultados Negativos (NO) e Auto-Regulação Deficiente (DSR) são diferentes entre si. Também é possível afirmar que o instrumento EUGPI2 é aceitável e

possui um nível de confiabilidade muito bom, devido aos resultados obtidos através do Alfa de Cronbach e de fiabilidade composta.

Quanto à Hipótese 3 (grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens e ir às redes sociais), é possível afirmar que a hipótese se confirma na sua totalidade. Através da análise de dados, grande parte do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens (81,3%) e para ir às redes sociais (86,1%).

Para a Hipótese 3a (o género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais), esta confirma-se apenas no que diz respeito às redes sociais, pois é notório que o género feminino vai às redes sociais, diariamente, com 86,1% e é o género masculino que tem preferência em ouvir música, diariamente, com 58,1%. Isto verifica-se no género feminino devido ao facto de poderem comunicar e manter relacionamentos através das redes sociais, sendo que existe mais envolvimento comparativamente ao género masculino (Lopez-Fernandez, 2019).

Para a Hipótese 3b (o género masculino prefere visitar sites de apostas), é possível afirmar que a hipótese se confirma. Apesar de existir uma grande percentagem do género masculino que nunca visita sites de apostas (76,3%), este possui uma maior percentagem em visitar sites de apostas, diariamente (3,1%), comparativamente ao género feminino (2,6%).

Relativamente à Hipótese 4 (quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online*), esta está correta em todos os aspetos, exceto na pesquisa de informações sobre produtos ou serviços. Com a análise realizada, 69% das pessoas com nível de escolaridade superior a licenciatura utiliza o *email*, diariamente, e 6,2% com o mesmo nível de escolaridade organiza viagens *online* diariamente. Apesar de os valores estarem muito próximos entre si, 36,6% dos inquiridos que possuem o ensino secundário ou menos pesquisam informações sobre serviços e produtos, diariamente, enquanto 33,6% pessoas com grau “superior a licenciatura” também o fazem todos os dias.

No que concerne à Hipótese 5 (os estudantes que vivem com familiares utilizam menos as redes sociais), é importante referir que esta hipótese não só não se confirmou, como se confirmou precisamente o comportamento oposto. Observou-se que 84,3% dos

estudantes que residem com os seus familiares vai às redes sociais diariamente, enquanto 67,6% não reside e também vai às redes sociais no seu dia-a-dia. Para justificar os resultados da hipótese, Porta-Nova (2009) revela que os alunos deslocados têm mais dificuldades em gerir e organizar o tempo disponível, assim como possuem uma maior dependência nos seus colegas e professores. Assim sendo, os alunos não deslocados, ou seja, os que residem com os familiares, não sentem isto, podendo justificar o facto de terem mais tempo para ir às redes sociais.

Para a Hipótese 6 (a elevada intensidade de utilização da Internet é problemática para o utilizador), é possível afirmar que a hipótese está correta. Os problemas físicos e os de saúde mental são os mais respondidos pelos inquiridos, correspondendo a uma média de 7 e 8 horas diárias, respetivamente. Por outro lado, apenas 17 inquiridos dizem sentir problemas de negligência pessoal, no entanto, é possível observar que a média diária de utilização de internet destes inquiridos é de 9 horas, o que quer dizer que, apesar de não ser a maioria absoluta a concordar com esta consequência, existe um maior número de horas de utilização. Estudos indicam que quando o utilizador dá prioridade à Internet no seu dia-a-dia, pode causar angústia e perda de controlo, podendo afetar a sua saúde e bem-estar pessoal e social (Lopez-Fernandez, 2019) e, através da análise dos dados obtidos, problemas físicos e de saúde mental estão entre a categorias mais respondidas.

Relativamente à Hipótese 7 (os estudantes, quando não têm conexão à Internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico), esta só está correta no que diz respeito ao sentimento de que algo está em falta quando os estudantes não têm acesso à internet. 66,7% dos estudantes discordam com a afirmação de sentirem um vazio quando não têm acesso à Internet, mas, por outro lado, 59,4% concordam que é como se algo estivesse em falta. Relativamente a sentirem-se irritados e em pânico, 62,1% e 83,1%, respetivamente, discordam. Isto pode acontecer devido ao facto de que o comportamento *online* ou a sua ausência tanto pode causar *stress* como relaxamento (Vorderer, Krömer, & Schneider, 2016).

A Hipótese 7a (os estudantes, após se habituarem a estar sem Internet, sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos) confirma-se na totalidade. 48% dos estudantes concordam que se sentem mais relaxados após se terem habituado a estar sem Internet, assim como 80% também concorda que os dias parecem mais compridos, têm mais tempo para família e amigos (68%), sentem-se mais livres (56%) e

mais produtivos (52%). Por outro lado, 40% discorda que sente menos *stress*, mas 44% concorda com essa afirmação.

Por fim, para a Hipótese 8 (quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o *stress* causado, assim como o aparecimento de distúrbios do sono e de bem-estar emocional), esta só se confirma relativamente ao nível de *stress*. É possível afirmar que 196 inquiridos sentem mais *stress* quando o número de mensagens enviadas e recebidas aumenta, no entanto, para as restantes variáveis, existe uma discordância predominante.

Quanto ao decorrer da investigação, foram encontradas algumas limitações. Em primeiro lugar, a nossa amostra é maioritariamente feminina (273 indivíduos em comparação aos 160 do género masculino), demonstrando algum desequilíbrio entre géneros nos resultados. Por exemplo, na quarta hipótese (quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o *email*, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens *online*), Madden (2003) refere que, relativamente à pesquisa de informações sobre produtos ou serviços, o género masculino tem mais necessidade em fazê-lo, comparativamente ao género feminino. Neste caso, se a nossa amostra fosse mais equilibrada poderia ter demonstrado resultados diferentes. Outro aspeto importante de referir é que embora se tenha verificado que o género feminino tem maior tendência em utilizar as redes sociais, devido ao facto de poderem comunicar e manter relacionamentos através das mesmas, também seria interessante perceber o que isso implica no que diz respeito a níveis de *stress* e de comportamento textual, comparativamente ao género masculino.

Outra limitação pode ser devido ao facto do nosso estudo apenas englobar jovens adultos com idades entre os 17 e 33 anos. Apesar de ser uma amostra com um nível de escolaridade elevada, poderia ser benéfico abranger mais idades, devido à diferença de valores e de hábitos que possam apresentar. Assim seria possível verificar o quão diferentes ou semelhantes os resultados entre gerações poderiam ser, no que diz respeito à intensidade de utilização da Internet.

A última dificuldade encontrada ao longo da análise foi o facto de não ter sido possível realizar a segunda hipótese, devido à falta de recursos e de capacidade para a fazer. A hipótese, apesar de ter sido elaborada com o intuito de verificar se se confirmava

ou não, ficou por analisar, não havendo a possibilidade de comparar resultados e de concluir sobre a mesma.

Apesar de termos verificado que quando o indivíduo dá prioridade à utilização da Internet diária, esta causa problemas físicos e de saúde mental, seria interessante verificar se existe correlação entre há quanto tempo o indivíduo começou a utilizar a Internet e os efeitos da intensidade de utilização da mesma, atualmente. Quer seja numa idade mais nova ou alguém que esteja mais tempo na Internet, também aumenta a probabilidade de solidão e envolvimento social, em comparação com os que estão menos tempo online (Caplan & High, 2006). Alguém que utilize a Internet há mais tempo, pode experienciar mais *stress*, problemas de saúde mental ou solidão. Enquanto algumas pessoas recorrem à Internet como uma ferramenta para melhorar o estado de humor, outras pessoas, ao terem preferência pela interação *online*, podem obter resultados negativos devido a esse uso compulsivo.

Por fim, seria interessante verificar como as diferentes gerações se relacionam com o avanço da tecnologia, pois é natural que os indivíduos também desenvolvam novas formas comportamentais perante este avanço. Assim sendo, os padrões de utilização do telemóvel e o seu comportamento, no que diz respeito ao envio e à receção de mensagens de texto, são grandes fatores propícios a mudanças, independentemente da idade do indivíduo.

REFERÊNCIAS

- Andrade, C. (2010). Transição para a idade adulta: Das condições sociais às implicações psicológicas. *Análise Psicológica*, 28(2), 255-267.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
- Baumeister, R., & Leary, M. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Beard, K. W., & Wolf, E. M. (2001). Modification in the Proposed Diagnostic Criteria for Internet Addiction. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 4(3), 377-383.
- Blasco, R. L., Cosculluela, C. L., & Robres, A. Q. (2020). Social network addiction and its impact on anxiety level among university students. *Sustainability*, 12(13), 1-14.
- Breslau, J., Aharoni, E., Pedersen, E. R., & Miller, L. L. (2015). *A review of research on problematic internet use and well-being: with recommendations for the U.S. Air Force*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- Bryman, A. (2008). *Social research methods* (4th ed.). New York: Oxford University Press.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction: A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 30(6), 625-648.
- Caplan, S. E. (2018). *The Changing Face of Problematic Internet Use: An Interpersonal Approach*. New York: Peter Lang Inc.
- Caplan, S. E., & High, A. C. (2006). Beyond excessive use: The Interaction between cognitive and behavioral symptoms of problematic internet use. *Communication Research Reports*, 23(4), 265-271.
- Casale, S., Caplan, S. E., & Fioravanti, G. (2016). Positive metacognitions about Internet use: The mediating role in the relationship between emotional dysregulation and problematic use. *Addictive Behaviors*, 59, 84-88.

- CERN. (28 de dezembro de 2020). *A short history of the Web*. Obtido de CERN: <https://home.cern/science/computing/birth-web/short-history-web>
- Davis, R. A. (2001). Cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior, 17*(2), 187-195.
- De Reuver, M., Nikou, S., & Bouwman, H. (2016). Domestication of smartphones and mobile applications: A quantitative Mixed-Method study. *Mobile Media & Communication, 1*-24.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiarniyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports, 9*, 1-7.
- Dou, W., Wang, G., & Zhou, N. (2006). Generational and regional differences in media consumption patterns of Chinese Generation X consumers. *Journal of Advertising, 35*(2), 101-110.
- Erikson, E. H., & Erikson, J. M. (1998). *The life cycle completed (extended version)*. New York: W.W. Norton.
- Haddon, L. (2003). Domestication and mobile telephony. Em J. E. Katz, *Machines that become us: The social context of personal communication technology* (pp. 43-55). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 276-297.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of the Internet. *Communication Research, 35*(5), 602-621.
- Howard, P., Rainie, L., & Jones, S. (2001). Days and Nights on the Internet: The Impact of a Diffusing Technology. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 383-404.
- Humphreys, L., Von Pape, T., & Karnowski, V. (2013). Evolving Mobile Media: Uses and Conceptualizations of the Mobile Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication, 18*(4), 491-507.
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.

- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johannes, N., Meier, A., Reinecke, L., Ehlert, S., Setiawan, D. N., Walasek, N., . . . Veling, H. (2020). The relationship between online vigilance and affective well-being in everyday life: Combining smartphone logging with experience sampling. *Media Psychology*, 1-25.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kim, J. H., Seo, M., & David, P. (2015). Alleviating depression only to become problematic mobile phone users: Can face-to-face communication be the antidote? *Computers in Human Behavior*, 51, 440-447.
- Levinson, D. (1977). *The seasons of a man's life*. New York: Alfred A. Knoff.
- Lopez-Fernandez, O. (2019). *Internet and mobile phone addiction: health and educational effects*. Basel, Switzerland: MDPI AG.
- Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., Romo, L., Morvan, Y., Kern, L., Graziani, P., . . . Kääriäinen, M. (2017). Self-reported dependence on mobile phones in young adults: A European cross-cultural empirical survey. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 168-177.
- Lund, H. G., Reider, B. D., Whiting, A., & Prichard, J. R. (2010). Sleep patterns and predictors of disturbed sleep in a large population of college students. *J Adolesc Health*, 46(2), 124-132.
- Madden, M. (2003). *The changing picture of who's online and what they do*. Washington: Pew Internet & American Life Project.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). *The television audience: a revised perspective*. (D. McQuail, Ed.) Harmondsworth: Penguin.
- Murdock, K. K. (2013). Texting while stressed: Implications for students' burnout, sleep, and well-being. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(4), 207-221.
- Navarro-Ibarra, L., García-Santillán, A., & Molchanova, V. S. (2020). Addiction levels toward the internet: Empirical evidence in college students at Instituto

- Tecnológico De Sonora, México. *European Journal of Contemporary Education*, 9(2), 378-393.
- Neves, B., & Rente, R. (2017). Não alinhados? Jovens não utilizadores de sites de redes sociais. *Sociologia, problemas e práticas*, 85, 107-129.
- Parker, K., & Igielnik, R. (14 de maio de 2020). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far*. Obtido de Pew Research Center: <https://www.pewsocialtrends.org/essay/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/>
- Patrão, I., & Sampaio, D. (2016). *Dependências Online - O Poder das Tecnologias*. Lisboa: Factor.
- Pontes, H. M., Caplan, S. E., & Griffiths, M. D. (2016). Psychometric validation of the Generalized Problematic Internet Use Scale 2 in a Portuguese sample. *Computers in Human Behavior*, 63, 823-833.
- Porta-Nova, R. (2009). Adaptabilidade, Competências Pessoais e Bem-Estar Psicológico de Jovens do Ensino Superior na Área das Ciências da Saúde. 267.
- Reich, S. M., Subrahmanyam, K., & Espinoza, G. (2012). Friending, IMing, and hanging out face-to-face: Overlap in adolescents' online and offline social networks. *Developmental Psychology*, 48(2), 356-368.
- Reich, S., & Vorderer, P. (2013). Individual Differences in Need to Belong in Users of Social Networking Sites. *Communication and Community*, 129-148.
- Reinecke, L., Klimmt, C., Meier, A., Reich, S., Hefner, D., Knop-Huels, K., . . . Vorderer, P. (2018). Permanently online and permanently connected: Development and validation of the Online Vigilance Scale. *PLoS ONE*, 13(10), 1-31.
- Sánchez-Hernández, M. I., González-López, Ó. R., Buenadicha-Mateos, M., & Tato-Jiménez, J. L. (2019). Work-life balance in great companies and pending issues for engaging new generations at work. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, 1-20.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia Científica para a Elaboração Escrita e Apresentação de Teses*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.

- Silverstone, R. H. (1992). Information and communication technologies. Em E. H. R. Silverstone, *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces* (pp. 15-31). New York, NY: Routledge.
- Stanković, M., Nešić, M., Čičević, S., & Shi, Z. (2021). Association of smartphone use with depression, anxiety, stress, sleep quality, and internet addiction. Empirical evidence from a smartphone application. *Personality and Individual Differences, 168*, 1-7.
- Thomé, S., Härenstam, A., & Hagberg, M. (2011). Mobile phone use and stress, sleep disturbances, and symptoms of depression among young adults - a prospective cohort study. *BMC Public Health, 11*(66), 1-11.
- Tras, Z., Öztemel, K., & Baltacı, U. B. (2019). Role of Problematic Internet Use, Sense of Belonging and Social Appearance Anxiety in Facebook Use Intensity of University Students. *International Education Studies, 12*(8), 1-10.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Van Deursen, A. J., Bolle, C. L., Hegner, S. M., & Kommers, P. A. (2015). Modeling habitual and addictive smartphone behavior: The role of smartphone usage types, emotional intelligence, social stress, self-regulation, age, and gender. *Computers in Human Behavior, 45*, 411-420.
- Vorderer, P., & Kohring, M. (2013). Permanently online: A challenge for media and communication research. *International Journal of Communication, 7*(1), 188-196.
- Vorderer, P., Krömer, N., & Schneider, F. M. (2016). Permanently online - Permanently connected: Explorations into university students' use of social media and mobile smart devices. *International Education Studies, 63*, 694-703.
- World Values Survey Association. (9 de março de 2021). *Findings & Insights*. Obtido de World Values Survey: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>
- Young, K., & Abreu, C. N. (2011). *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

ANEXOS

ANEXO A. Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2)

Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2)^{1,2,3}

Items	
Item 1	Prefiro a interação social online em relação à comunicação face-a-face.
Item 2	Usei a Internet para falar com outras pessoas quando me senti sozinho(a).
Item 3	Quando não estou online por algum tempo, começo a preocupar-me com a ideia de me conectar.
Item 4	Tenho dificuldade em controlar a quantidade de tempo que passo online.
Item 5	Tenho dificuldades em gerir a minha vida por causa da Internet.
Item 6	Sinto-me mais confortável com a interação social online do que a interação face-à-face.
Item 7	Usei a Internet para me sentir melhor quando estava em baixo.
Item 8	Sentir-me-ia perdido(a) se não me pudesse conectar à Internet.
Item 9	Sinto que é difícil controlar o meu uso da Internet.
Item 10	Perdi compromissos ou actividades sociais por causa do meu uso da Internet.
Item 11	Prefiro comunicar-me com as pessoas online em vez de face-à-face.
Item 12	Usei a Internet para me sentir melhor quando estava chateado(a).
Item 13	Penso obsessivamente em estar online quando não estou na Internet.
Item 14	Quando não estou na Internet, é difícil resistir ao impulso de me conectar.
Item 15	O meu uso da Internet criou problemas na minha vida.

¹ **Instruções:** Tendo em conta a seguinte escala, avalie em que medida concorda ou discorda com cada uma das seguintes afirmações relativamente ao uso da Internet não profissional ou académico. Isto é, **apenas considere o uso por lazer** tanto no computador como em qualquer outro tipo dispositivo com acesso à Internet.

² Escala de 7-pontos: 1: Discordo totalmente; 2: Discordo; 3: Discordo um pouco; 4: Neutro; 5: Concordo um pouco; 6: Concordo; 7: Concordo totalmente.

³ Dimensões: preferência pela interação social online (1, 6 e 11); regulação do humor (2, 7 e 12); auto-regulação deficiente (3, 8, 13, 4, 9 e 14); consequências negativas (5, 10 e 15).

Figura D. Escala do Uso Generalizado Problemático da Internet 2 (EUGPI2)

ANEXO B. Tabela de operacionalização

Pergunta	Indicador	Dimensão	Conceito	Hipótese
Qual é o seu nível de concordância com cada uma das seguintes afirmações, relativamente ao uso da Internet não profissional ou académico (ou seja, considere apenas o uso da Internet por lazer, tanto no computador como em qualquer outro dispositivo)?	Análise fatorial confirmatória (CFA); Análise de perfil latente (LPA)	Preferência pela interação social online (POSI); Regulação de humor (MR); Resultados negativos (NO) e Auto-regulação deficiente (DSR); Classe baixa, classe média e classe de alto risco	Fatores; EUGPI2; Fatores subjacentes às classes de risco	H1: A solução de fatores para analisar o EUGPI2 confirma a Preferência pela Interação Social Online, Regulação de Humor, Resultados Negativos e Auto-regulação Deficiente. H2: Existem três classes de risco de EUGPI2 (baixo 47%, médio 40% e alto 12% a 13%).
Com que frequência utiliza o telemóvel para: - Enviar mensagens	Frequência de envio de mensagens; Género	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel	H3: Grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens e ir às redes sociais.
Ir às redes sociais	Frequência de utilização das redes sociais; Género	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel	H3: Grande parte das jovens do género feminino utiliza o telemóvel, diariamente, para enviar mensagens e ir às redes sociais. H3a: O género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais. H5: Os estudantes que vivem com familiares utilizam menos as redes sociais.
Ouvir música	Frequência com que ouve música; Género	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel	H3a: O género feminino prefere ouvir música e utilizar as redes sociais.
Visitar sites de apostas	Frequência de visita de sites de apostas; Género	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel	H3b: O género masculino prefere visitar sites de apostas.
Com que frequência utiliza o telemóvel para: - Ir ao email	Frequência com que utiliza o email	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel; nível de escolaridade; rendimento	H4: Quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o email, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens online.
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços	Frequência com que pesquisa informações	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel; nível de	H4: Quem possui um maior nível de escolaridade tem

	sobre produtos ou serviços		escolaridade; rendimento	mais probabilidade em utilizar o email, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens online.
Organizar viagens online	Frequência com que organiza viagens online	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel; nível de escolaridade; rendimento	H4: Quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o email, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens online.
Nível de escolaridade	Nível de escolaridade		Nível de escolaridade	H4: Quem possui um maior nível de escolaridade tem mais probabilidade em utilizar o email, em pesquisar informações sobre produtos ou serviços e em organizar viagens online.
Ocupação	Ocupação	População ativa; inativa; empregada; desempregada	Ocupação	H5: Os estudantes que vivem com familiares utilizam menos as redes sociais. H7: Os estudantes, quando não têm conexão à internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico. H7a: Após se habituarem a estar sem Internet, os estudantes sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos.
Reside com os seus familiares?	Situação de residência (residência com os familiares)	Atividades realizadas no telemóvel	Utilização do telemóvel; ocupação; situação de residência	H5: Os estudantes que vivem com familiares utilizam menos a internet.
Quantas horas costuma passar na internet, diariamente?	Tempo despendido na internet, diariamente	Intensidade de utilização da internet	Utilização da internet; utilização problemática; intensidade elevada	H6: A elevada intensidade de utilização da internet é problemática para o utilizador.

Sente que a elevada utilização da internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos.	Problemas físicos e emocionais (angústia, perda de controlo); Problemas de saúde e de bem-estar pessoal e social	Intensidade de utilização da internet	Utilização da internet; utilização problemática; intensidade elevada	H6: A elevada intensidade de utilização da internet é problemática para o utilizador.
Nos últimos 2 anos, lembra-se de ter alguma vez estado sem acesso à Internet durante um período de mais de 2 dias? Se sim, habituou-se facilmente ou não?	Lembrança de ter estado sem acesso à internet durante mais de 2 dias; Habituação ou não à falta de acesso à internet	Falta de acesso à internet	Utilização da internet; ocupação	H7: Os estudantes, quando não têm conexão à internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico. H7a: Após se habituarem a estar sem Internet, os estudantes sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos.
Como se sente quando não tem acesso à internet?	Sentimentos negativos (sensação de vazio; sensação de como se algo estivesse em falta; sensação de irritação; sensação de pânico); Sentimentos positivos (sensação de relaxamento; sensação de menos stress; sensação dos dias parecerem mais compridos; sensação de ter mais tempo para familiares e amigos; sensação mais livre; sensação de produtividade; indiferença)	Falta de acesso à internet	Utilização da internet; ocupação	H7: Os estudantes, quando não têm conexão à internet, sentem um vazio, como se algo estivesse em falta, irritados ou, até mesmo, em pânico. H7a: Após se habituarem a estar sem Internet, os estudantes sentem-se mais relaxados, menos stressados, mais livres e produtivos, e os dias parecem mais compridos, havendo mais tempo para familiares e amigos.
Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente, no telemóvel (sms e redes sociais)?	Quantidade de mensagens recebidas e enviadas, diariamente	Mensagens recebidas e enviadas	Utilização do telemóvel	H8: Quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o stress causado, assim como o aparecimento de distúrbios do sono e de bem-estar emocional.
Quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto...	Sentimentos relativos à quantidade de mensagens recebidas (mais stressado; com mais distúrbios do sono; com mais problemas de bem-	Stress causado; distúrbios do sono e de bem-estar emocional; socialização; preocupação por	Utilização do telemóvel	H8: Quanto maior for o número de mensagens recebidas e enviadas, maior será o stress causado, assim

	estar emocional; mais social; que tenho pessoas que se preocupam comigo; outro)	parte de outras pessoas		como o aparecimento de distúrbios do sono e de bem-estar emocional.
--	---	----------------------------	--	---

Nota. Elaboração própria.

ANEXO C. Questionário sobre a intensidade de utilização da Internet



Este questionário é aplicado no âmbito da investigação para obtenção do grau de mestre em Audiovisual e Multimédia, na Escola Superior de Comunicação Social, e tem como objetivo perceber de que formas a intensidade de utilização da Internet afeta o indivíduo, no seu dia-a-dia.

A informação recolhida é confidencial e é unicamente utilizada para análise agregada, no âmbito da dissertação de mestrado.

A sua participação é essencial para o trabalho em curso. Estimamos que o preenchimento do questionário demore entre 3 e 5 minutos.

O nosso público-alvo diz respeito a idades entre os 17 e os 33 anos, pelo que caso não se encontre neste intervalo, agradecemos, desde já, o seu tempo despendido.

Muito obrigada pela sua participação!

Secção 1 - Intensidade de Utilização da Internet

Qual é a sua idade?

Até aos 33 anos – secção seguinte

Mais de 33 anos – secção 5

Secção 2 – Utilização da Internet

Reside com os seus familiares?

Sim

Não

Quantas horas costuma passar na Internet, diariamente?

Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?

Quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto:

	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Discordo um pouco	4 Não concordo nem discordo	5 Concordo um pouco	6 Concordo	7 Concordo totalmente
Mais stress							
Mais distúrbios de sono							
Mais problemas de bem-estar emocional							
Mais social							
Que tenho pessoas que se preocupam comigo							

Com que frequência utiliza o telemóvel para:

	Nunca	Menos de 3 ou 4 dias por semana	3 ou 4 dias por semana	5 ou 6 dias por semana	Diariamente (inclui o fim de semana)
Enviar mensagens					
Ir às redes sociais					
Ouvir música					
Visitar sites de apostas					
Ir ao email					
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços					
Organizar viagens online					

Sente que a elevada utilização da Internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos.

Nos últimos 2 anos, lembra-se de ter alguma vez estado sem acesso à Internet durante um período de mais de 2 dias? Se sim, habituou-se facilmente ou não?

Como se sente quando não tem acesso à Internet?

	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Discordo um pouco	4 Não concordo nem discordo	5 Concordo um pouco	6 Concordo	7 Concordo totalmente
Vazio							
Como se algo estivesse em falta							
Irritado							
Em pânico							
Relaxado							
Menos stressado							
Como se os dias parecessem mais compridos							
Como se tivesse mais tempo para familiares e amigos							
Mais livre							
Produtivo							
Indiferente							

Secção 3 – Caracterização da utilização da Internet

Qual é o seu nível de concordância com cada uma das seguintes afirmações, relativamente ao uso da Internet não profissional ou académico (ou seja, considere apenas o uso da Internet por lazer, tanto no computador como em qualquer outro dispositivo)?

	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Discordo um pouco	4 Neutro	5 Concordo um pouco	6 Concordo	7 Concordo totalmente
1. Prefiro a interação social online em relação à comunicação face-a-face.							
2. Usei a Internet para falar com outras pessoas quando me senti sozinho(a).							
3. Quando não estou online por algum tempo, começo a preocupar-me com a ideia de me conectar.							
4. Tenho dificuldade em controlar a quantidade de tempo que passo online.							
5. Tenho dificuldades em gerir a minha vida por causa da Internet.							
6. Sinto-me mais confortável com a interação social online do que a interação face-a-face.							
7. Usei a Internet para me sentir melhor quando estava em baixo.							
8. Sentir-me-ia perdido(a) se não me pudesse conectar à Internet.							

9.Sinto que é difícil controlar o meu uso da Internet.							
10.Perdi compromissos ou atividades sociais por causa do meu uso da Internet.							
11.Prefiro comunicar-me com as pessoas online em vez de face-a-face.							
12.Usei a Internet para me sentir melhor quando estava chateado(a).							
13.Penso obsessivamente em estar online quando não estou na Internet.							
14.Quando não estou na Internet, é difícil resistir ao impulso de me conectar.							
15.O meu uso da Internet criou problemas na minha vida.							

Secção 4 – Fatores sociodemográficos

Género

Feminino

Masculino

Outro

Nível de escolaridade

Não frequentou a escola ou não concluiu o 1º ciclo

1º ciclo (4º ano de escolaridade)

2º ciclo (6º ano de escolaridade)

3º ciclo (9º ano de escolaridade)

Ensino Secundário

Curso profissional/artístico (posterior ao 11º ano)

Curso Médio/bacharelato/freq. Univ

Licenciatura

Superior a licenciatura

Ocupação

Estudante

Exerce uma profissão

Desempregado

Outra situação

Não responde

Secção 5 – Intensidade de Utilização da Internet

O nosso público-alvo diz respeito a idades entre os 17 e os 33 anos, pelo que concluiu o questionário!

Agradecemos a sua disponibilidade e colaboração!

ANEXO D. Gráficos e tabelas da caracterização da amostra

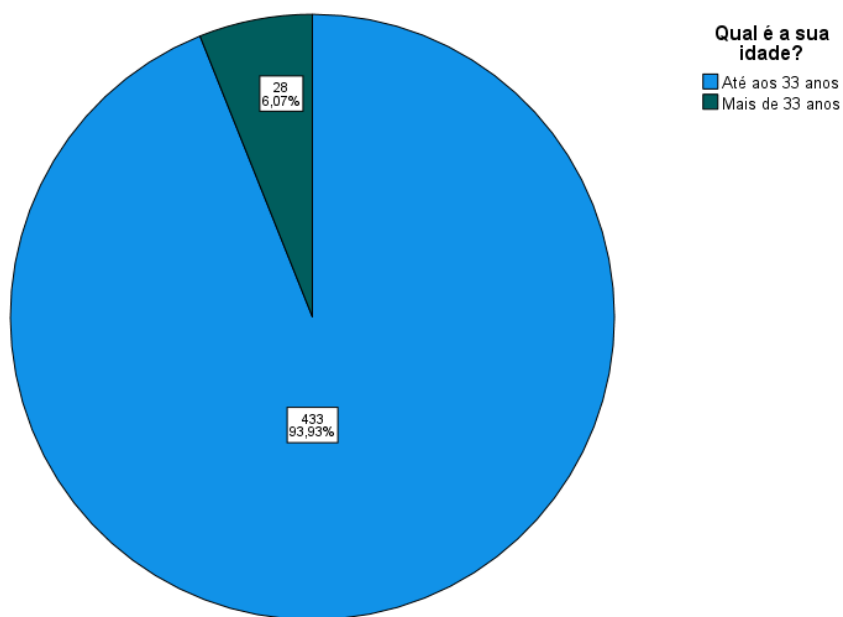


Figura E. Análise univariada da variável “Qual é a sua idade?”

Nota. Elaboração própria.

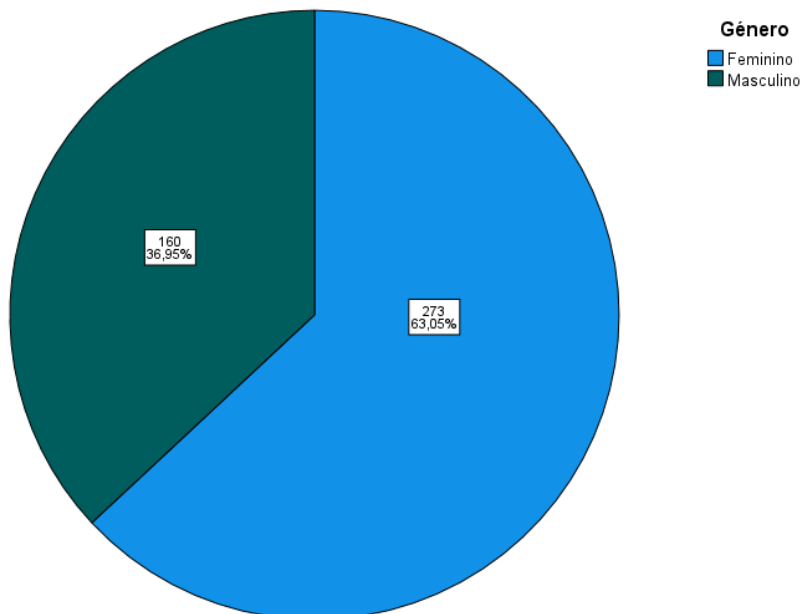


Figura F. Análise univariada da variável “Gênero”

Nota. Elaboração própria.

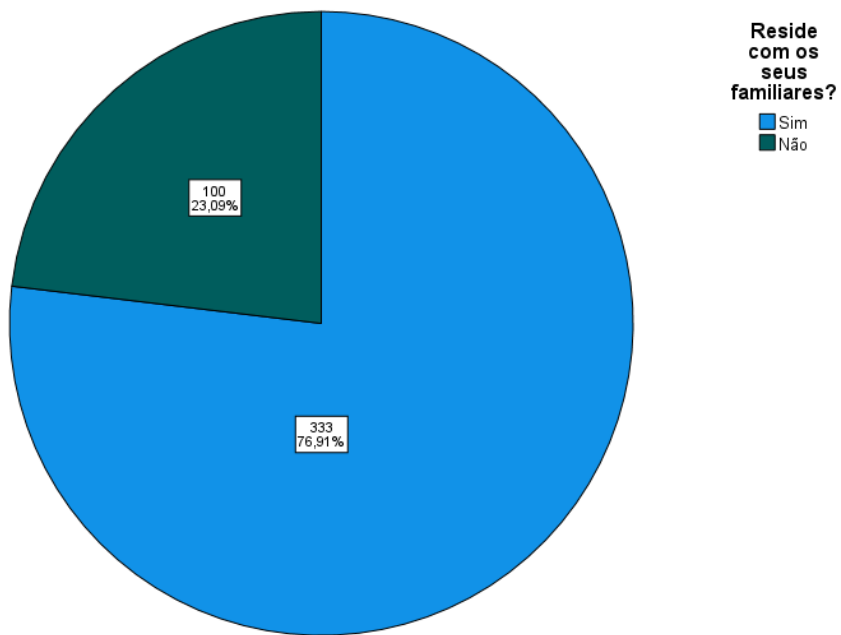


Figura G. Análise univariada da variável “Reside com os seus familiares?”

Nota. Elaboração própria.

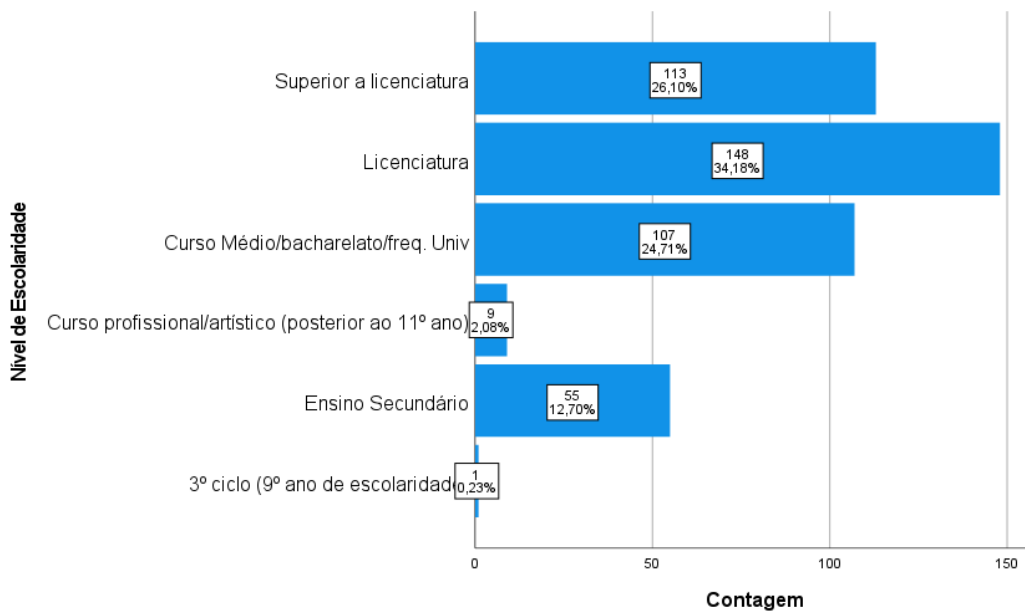


Figura H. Análise univariada da variável “Nível de escolaridade”

Nota. Elaboração própria.

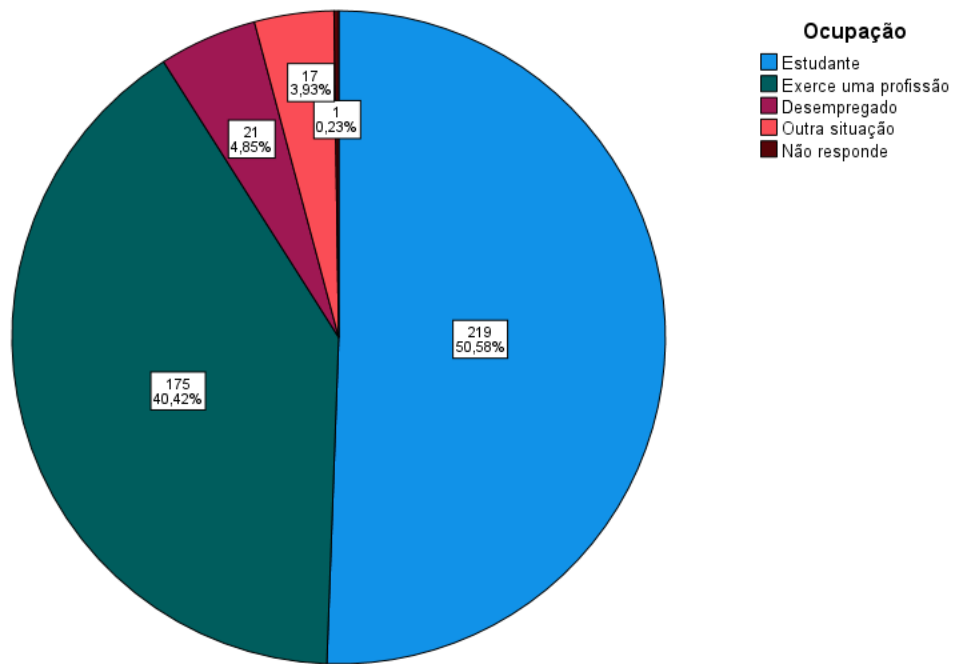


Figura I. Análise univariada da variável “Ocupação”

Nota. Elaboração própria.

ANEXO E. Gráficos e tabelas da caracterização da amostra relativamente à intensidade de utilização da Internet

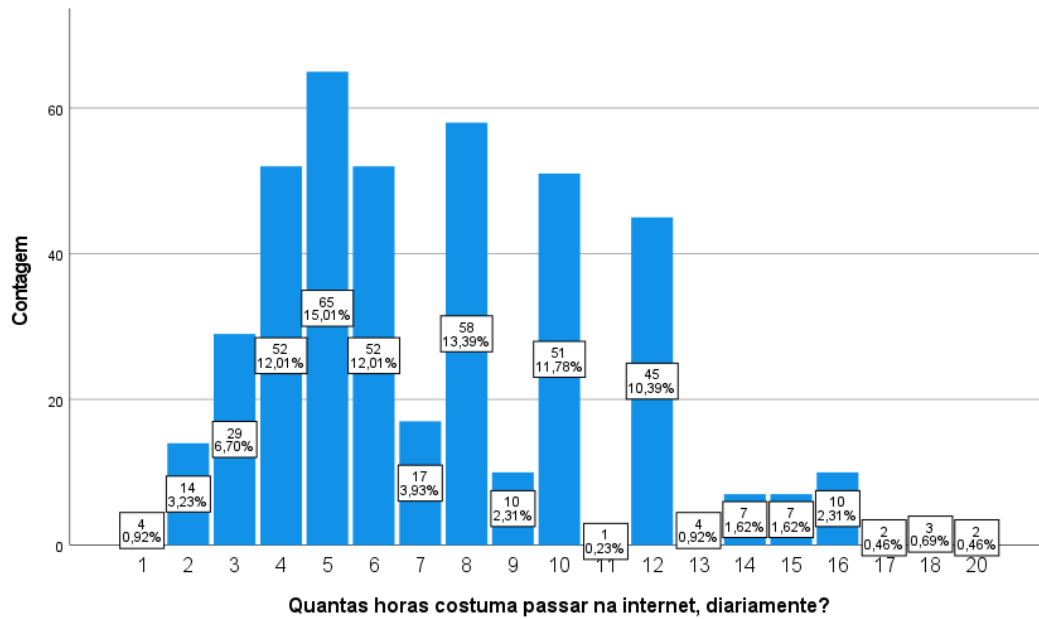


Figura J. Análise univariada detalhada da variável “Quantas horas costuma passar na internet, diariamente?”

Nota. Elaboração própria.

Tabela 33. Média e desvio-padrão da variável “Quantas horas costuma passar na internet, diariamente?”

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-padrão
Quantas horas costuma passar na internet, diariamente?	433	1	20	7,48	3,721

Nota. Elaboração própria.

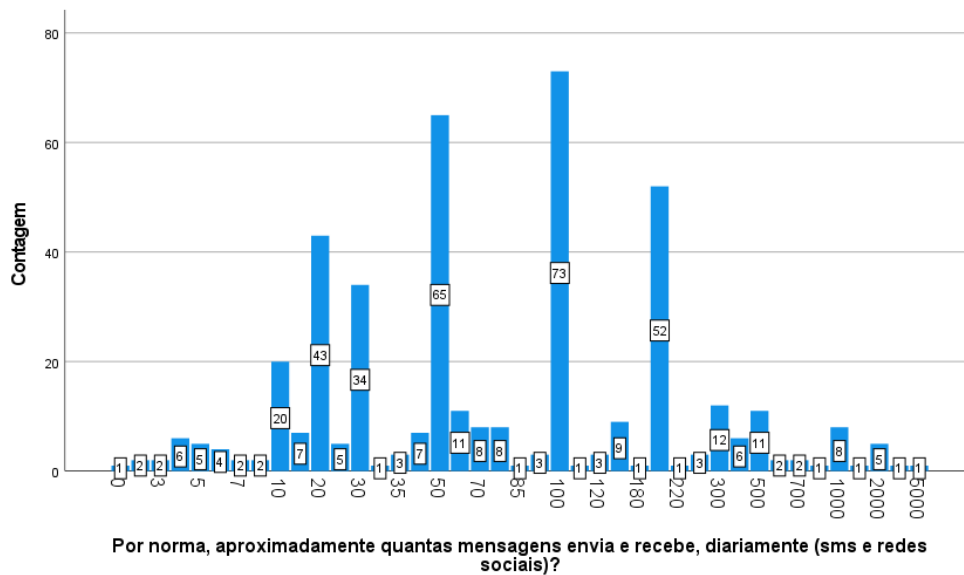


Figura K. Análise univariada detalhada da variável “Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?”

Nota. Elaboração própria.

Tabela 34. Média e desvio-padrão da variável “Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?”

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-padrão
Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?	433	0	5000	163,97	375,444

Nota. Elaboração própria.

Tabela 35. Análise da variável “Quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto...”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Mais stress	N	57	62	46	72	97	58	41	433
	%	13,2	14,3	10,6	16,6	22,4	13,4	9,5	100
Mais distúrbios de sono	N	82	74	55	69	78	51	24	433
	%	18,9	17,1	12,7	15,9	18,0	11,8	5,5	100
Mais problemas de bem-estar emocional	N	84	88	69	70	57	49	16	433
	%	19,4	20,3	15,9	16,2	13,2	11,3	3,7	100
Mais social	N	19	34	33	72	98	117	60	433
	%	4,4	7,9	7,6	16,6	22,6	27,0	13,9	100
Que tenho pessoas que se preocupam comigo	N	21	25	36	82	116	106	47	433
	%	4,8	5,8	8,3	18,9	26,8	24,5	10,9	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Não concordo nem discordo; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

Tabela 36. Análise da variável “Com que frequência utiliza o telemóvel para...”

		1	2	3	4	5	Total
Enviar mensagens	N	1	17	21	36	358	433
	%	0,2	3,9	4,8	8,3	82,7	100
Ir às redes sociais	N	2	10	16	36	369	433
	%	0,5	2,3	3,7	8,3	85,2	100
Ouvir música	N	13	43	52	96	229	433
	%	3,0	9,9	12,0	22,2	52,9	100
Visitar sites de apostas	N	369	33	8	11	12	433
	%	85,2	7,6	1,8	2,5	2,8	100
Ir ao email	N	3	24	64	101	241	433
	%	0,7	5,5	14,8	23,3	55,7	100
Pesquisar informações sobre produtos ou serviços	N	5	67	114	95	152	433
	%	1,2	15,5	26,3	21,9	35,1	100
Organizar viagens online	N	178	201	23	12	19	433
	%	41,1	46,4	5,3	2,8	4,4	100

Legenda: 1-Nunca; 2-Menos de 3 ou 4 dias por semana; 3-3 ou 4 dias por semana; 4-5 ou 6 dias por semana; 5-Diariamente (inclui o fim de semana).

Nota. Elaboração própria.

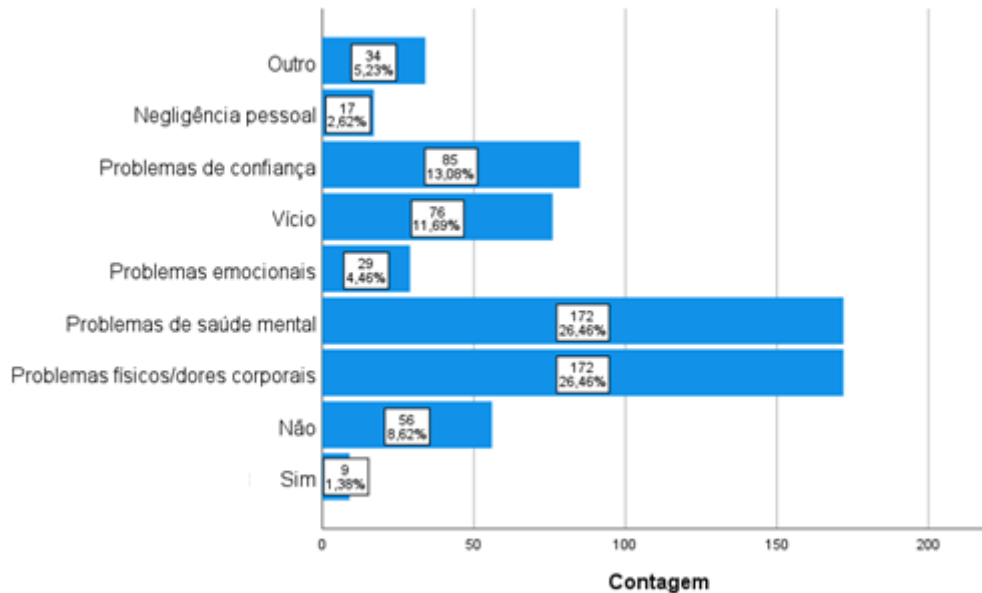


Figura L. Análise univariada detalhada da variável “Sente que a elevada utilização da internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos.”

Nota. Elaboração própria.

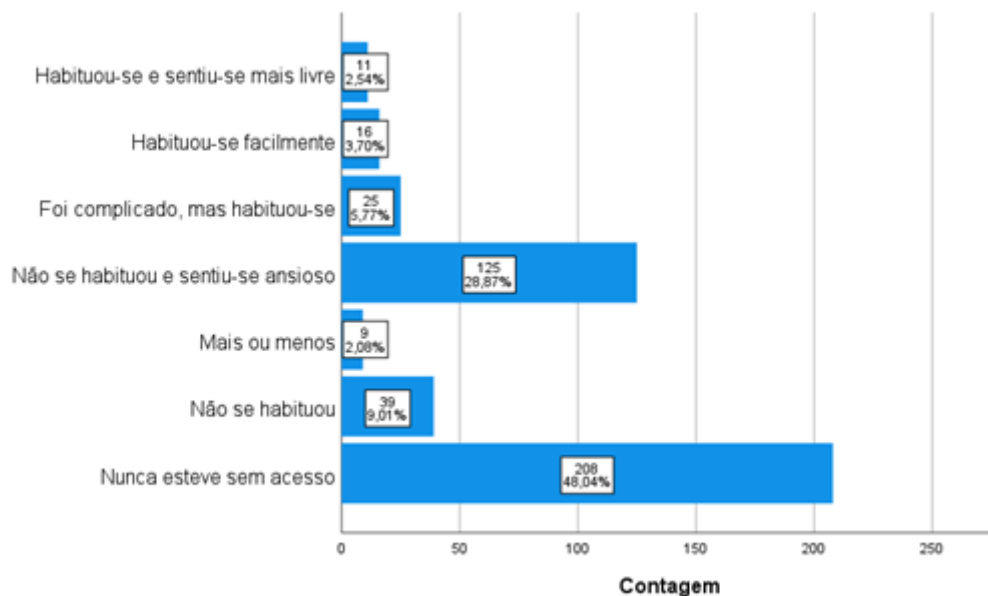


Figura M. Análise univariada detalhada da variável “Nos últimos dois anos, lembra-se de ter alguma vez estado sem acesso à internet durante um período de mais de 2 dias? Se sim, habituou-se facilmente ou não?”

Nota. Elaboração própria.

Tabela 37. Análise da variável “Como se sente quando não tem acesso à internet?”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Vazio	N	127	87	58	44	76	25	16	433
	%	29,3	20,1	13,4	10,2	17,6	5,8	3,7	100
Como se algo estivesse em falta	N	51	44	35	30	135	83	55	433
	%	11,8	10,2	8,1	6,9	31,2	19,2	12,7	100
Irritado	N	134	73	49	41	78	35	23	433
	%	30,9	16,9	11,3	9,5	18,0	8,1	5,3	100
Em pânico	N	210	105	34	38	30	9	7	433
	%	48,5	24,2	7,9	8,8	6,9	2,1	1,6	100
Relaxado	N	26	54	46	101	96	75	35	433
	%	6,0	12,5	10,6	23,3	22,2	17,3	8,1	100
Menos stressado	N	34	52	64	93	89	65	36	433
	%	7,9	12,0	14,8	21,5	20,6	15,0	8,3	100
Como se os dias parecessem mais compridos	N	28	32	32	52	83	115	91	433
	%	6,5	7,4	7,4	12,0	19,2	26,6	21,0	100
Como se tivesse mais tempo para familiares e amigos	N	30	33	26	80	80	108	76	433
	%	6,9	7,6	6,0	18,5	18,5	24,9	17,6	100
Mais livre	N	30	36	45	81	69	99	73	433
	%	6,9	8,3	10,4	18,7	15,9	22,9	16,9	100
Produtivo	N	41	39	49	90	79	79	56	433
	%	9,5	9,0	11,3	20,8	18,2	18,2	12,9	100
Indiferente	N	101	64	45	144	37	22	20	433
	%	23,3	14,8	10,4	33,3	8,5	5,1	4,6	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Não concordo nem discordo; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

Tabela 38. Análise da variável “Qual é o seu nível de concordância com cada uma das seguintes afirmações, relativamente ao uso da Internet não profissional ou académico (ou seja, considere apenas o uso da Internet por lazer, tanto no computador como em qualquer dispositivo)?”

		1	2	3	4	5	6	7	Total
Prefiro a interação social online em relação à comunicação face-a-face	N	176	109	33	35	33	27	20	433
	%	40,6	25,2	7,6	8,1	7,6	6,2	4,6	100
Usei a Internet para falar com outras pessoas quando me senti sozinho(a)	N	33	33	20	36	94	118	99	433
	%	7,6	7,6	4,6	8,3	21,7	27,3	22,9	100
Quando não estou online por algum tempo, começo a preocupar-me com a ideia de me conectar	N	104	77	49	54	95	39	15	433
	%	24,0	17,8	11,3	12,5	21,9	9,0	3,5	100
Tenho dificuldade em controlar a quantidade de tempo que passo online	N	53	64	30	52	87	78	69	433
	%	12,2	14,8	6,9	12,0	20,1	18,0	15,9	100
Tenho dificuldades em gerir a minha vida por causa da Internet	N	155	97	39	44	46	26	26	433
	%	35,8	22,4	9,0	10,2	10,6	6,0	6,0	100
Sinto-me mais confortável com a interação social online do que a interação face-a-face	N	130	100	42	61	51	22	27	433
	%	30,0	23,1	9,7	14,1	11,8	5,1	6,2	100
Usei a Internet para me sentir melhor quando estava em baixo	N	43	31	21	34	98	109	97	433
	%	9,9	7,2	4,8	7,9	22,6	25,2	22,4	100
Sentir-me-ia perdido(a) se não me pudesse conectar à Internet	N	94	82	63	53	67	52	22	433
	%	21,7	18,9	14,5	12,2	15,5	12,0	5,1	100
Sinto que é difícil controlar o meu uso da Internet	N	74	68	43	43	82	63	60	433
	%	17,1	15,7	9,9	9,9	18,9	14,5	13,9	100
Perdi compromissos ou atividades sociais por causa do meu uso da Internet	N	264	73	19	24	31	12	10	433
	%	61,0	16,9	4,4	5,5	7,2	2,8	2,3	100
Prefiro comunicar-me com as pessoas online em vez de face-a-face	N	179	107	34	32	33	19	29	433
	%	41,3	24,7	7,9	7,4	7,6	4,4	6,7	100
Usei a Internet para me sentir melhor quando estava chateado(a)	N	44	31	34	40	92	107	85	433
	%	10,2	7,2	7,9	9,2	21,2	24,7	19,6	100
Penso obsessivamente em estar online quando não estou na Internet	N	203	108	33	38	31	13	7	433
	%	46,9	24,9	7,6	8,8	7,2	3,0	1,6	100
Quando não estou na Internet, é difícil resistir ao impulso de me conectar	N	122	94	43	46	67	37	24	433
	%	28,2	21,7	9,9	10,6	15,5	8,5	5,5	100
O meu uso da Internet criou problemas na minha vida	N	238	69	23	38	33	16	16	433
	%	55,0	15,9	5,3	8,8	7,6	3,7	3,7	100

Legenda: 1-Discordo totalmente; 2-Discordo; 3-Discordo um pouco; 4-Neutro; 5-Concordo um pouco; 6-Concordo; 7-Concordo totalmente.

Nota. Elaboração própria.

ANEXO F. Tabelas da análise das hipóteses

Tabela 39. H3 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para enviar mensagens?" e "Género"

			Género		Total
			Feminino	Masculino	
Enviar mensagens	3 ou 4 dias por semana ou menos	Contagem	27	12	39
		Contagem Esperada	24,6	14,4	39,0
		% em Género	9,9%	7,5%	9,0%
		Padrão	2,4	-2,4	
	5 ou 6 dias por semana	Contagem	24	12	36
		Contagem Esperada	22,7	13,3	36,0
		% em Género	8,8%	7,5%	8,3%
		Padrão	1,3	-1,3	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	222	136	358
		Contagem Esperada	225,7	132,3	358,0
		% em Género	81,3%	85,0%	82,7%
		Padrão	-3,7	3,7	
Total	Contagem	273	160	433	
	Contagem Esperada	273,0	160,0	433,0	
	% em Género	100,0%	100,0%	100,0%	

Nota. Elaboração própria.

Tabela 40. H3 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?" e "Género"

		Género		Total	
		Feminino	Masculino		
Redes sociais	3 ou 4 dias por semana ou menos	Contagem	15	13	28
		Contagem Esperada	17,7	10,3	28,0
		% em Género	5,5%	8,1%	6,5%
		% do Total	3,5%	3,0%	6,5%
		Padrão	-2,7	2,7	
	5 ou 6 dias por semana	Contagem	23	13	36
		Contagem Esperada	22,7	13,3	36,0
		% em Género	8,4%	8,1%	8,3%
		% do Total	5,3%	3,0%	8,3%
		Padrão	,3	-,3	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	235	134	369
		Contagem Esperada	232,6	136,4	369,0
		% em Género	86,1%	83,8%	85,2%
		% do Total	54,3%	30,9%	85,2%
		Padrão	2,4	-2,4	
Total		Contagem	273	160	433
		Contagem Esperada	273,0	160,0	433,0
		% em Género	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	63,0%	37,0%	100,0%

Nota. Elaboração própria.

Tabela 41. H3a Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ouvir música?" e "Género"

		Género		Total	
		Feminino	Masculino		
Ouvir música	3 ou 4 dias por semana ou menos	Contagem	77	31	108
		Contagem Esperada	68,1	39,9	108,0
		% em Género	28,2%	19,4%	24,9%
		% do Total	17,8%	7,2%	24,9%
		Padrão	8,9	-8,9	
	5 ou 6 dias por semana	Contagem	60	36	96
		Contagem Esperada	60,5	35,5	96,0
		% em Género	22,0%	22,5%	22,2%
		% do Total	13,9%	8,3%	22,2%
		Padrão	-,5	,5	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	136	93	229
		Contagem Esperada	144,4	84,6	229,0
		% em Género	49,8%	58,1%	52,9%
		% do Total	31,4%	21,5%	52,9%
		Padrão	-8,4	8,4	
Total		Contagem	273	160	433
		Contagem Esperada	273,0	160,0	433,0
		% em Género	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	63,0%	37,0%	100,0%

Nota. Elaboração própria.

Tabela 42. H3b Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para visitar sites de apostas?" e "Género"

			Género		Total
			Feminino	Masculino	
Visitar sites de apostas	Nunca	Contagem	247	122	369
		Contagem Esperada	232,6	136,4	369,0
		% em Género	90,5%	76,3%	85,2%
		% do Total	57,0%	28,2%	85,2%
		Padrão	14,4	-14,4	
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	Contagem	9	24	33
		Contagem Esperada	20,8	12,2	33,0
		% em Género	3,3%	15,0%	7,6%
		% do Total	2,1%	5,5%	7,6%
		Padrão	-11,8	11,8	
	Mais de 3 ou 4 dias por semana	Contagem	17	14	31
		Contagem Esperada	19,5	11,5	31,0
		% em Género	6,2%	8,8%	7,2%
		% do Total	3,9%	3,2%	7,2%
		Padrão	-2,5	2,5	
Total		Contagem	273	160	433
		Contagem Esperada	273,0	160,0	433,0
		% em Género	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	63,0%	37,0%	100,0%

Nota. Elaboração própria.

Tabela 43. H4 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ir ao email?" e "Nível de escolaridade"

		Nível de escolaridade			Total	
		Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura		
Ir ao email	3 ou 4 dias por semana ou menos	Contagem	43	31	17	91
		Contagem Esperada	36,1	31,1	23,7	91,0
		% em Nível de escolaridade	25,0%	20,9%	15,0%	21,0%
		% do Total	9,9%	7,2%	3,9%	21,0%
		Padrão	6,9	-,1	-6,7	
	5 ou 6 dias por semana	Contagem	52	31	18	101
		Contagem Esperada	40,1	34,5	26,4	101,0
		% em Nível de escolaridade	30,2%	20,9%	15,9%	23,3%
		% do Total	12,0%	7,2%	4,2%	23,3%
		Padrão	11,9	-3,5	-8,4	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	77	86	78	241
		Contagem Esperada	95,7	82,4	62,9	241,0
		% em Nível de escolaridade	44,8%	58,1%	69,0%	55,7%
		% do Total	17,8%	19,9%	18,0%	55,7%
		Padrão	-18,7	3,6	15,1	
Total	Contagem	172	148	113	433	
	Contagem Esperada	172,0	148,0	113,0	433,0	
	% em Nível de escolaridade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% do Total	39,7%	34,2%	26,1%	100,0%	

Nota. Elaboração própria.

Tabela 44. H4 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para pesquisar informações sobre produtos e serviços?" e "Nível de escolaridade"

			Nível de escolaridade			Total
			Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura	
Pesquisar informações sobre produtos e serviços	3 ou 4 dias por semana ou menos	Contagem	76	56	54	186
		Contagem Esperada	73,9	63,6	48,5	186,0
		% em Nível de escolaridade	44,2%	37,8%	47,8%	43,0%
		% do Total	17,6%	12,9%	12,5%	43,0%
		Padrão	2,1	-7,6	5,5	
	5 ou 6 dias por semana	Contagem	33	41	21	95
		Contagem Esperada	37,7	32,5	24,8	95,0
		% em Nível de escolaridade	19,2%	27,7%	18,6%	21,9%
		% do Total	7,6%	9,5%	4,8%	21,9%
		Padrão	-4,7	8,5	-3,8	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	63	51	38	152
		Contagem Esperada	60,4	52,0	39,7	152,0
		% em Nível de escolaridade	36,6%	34,5%	33,6%	35,1%
		% do Total	14,5%	11,8%	8,8%	35,1%
		Padrão	2,6	-1,0	-1,7	
Total	Contagem	172	148	113	433	
	Contagem Esperada	172,0	148,0	113,0	433,0	
	% em Nível de escolaridade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% do Total	39,7%	34,2%	26,1%	100,0%	

Nota. Elaboração própria.

Tabela 45. H4 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para organizar viagens online?" e "Nível de escolaridade"

			Nível de escolaridade			Total
			Ensino Secundário ou menos	Licenciatura	Superior a licenciatura	
Organizar viagens online	Nunca	Contagem	82	59	37	178
		Contagem Esperada	70,7	60,8	46,5	178,0
		% em Nível de escolaridade	47,7%	39,9%	32,7%	41,1%
		% do Total	18,9%	13,6%	8,5%	41,1%
		Padrão	11,3	-1,8	-9,5	
	Menos de 3 ou 4 dias por semana	Contagem	68	75	58	201
		Contagem Esperada	79,8	68,7	52,5	201,0
		% em Nível de escolaridade	39,5%	50,7%	51,3%	46,4%
		% do Total	15,7%	17,3%	13,4%	46,4%
		Padrão	-11,8	6,3	5,5	
	Mais de 3 ou 4 dias por semana	Contagem	22	14	18	54
		Contagem Esperada	21,5	18,5	14,1	54,0
		% em Nível de escolaridade	12,8%	9,5%	15,9%	12,5%
		% do Total	5,1%	3,2%	4,2%	12,5%
		Padrão	,5	-4,5	3,9	
	Total	Contagem	172	148	113	433
		Contagem Esperada	172,0	148,0	113,0	433,0
		% em Nível de escolaridade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% do Total		39,7%	34,2%	26,1%	100,0%	

Nota. Elaboração própria.

Tabela 46. H5 Análise detalhada das variáveis "Com que frequência utiliza o telemóvel para ir às redes sociais?" e "Reside com os seus familiares?"

			Reside com os seus familiares?		Total
			Sim	Não	
Ir às redes sociais	5 ou 6 dias por semana ou menos	Contagem	29	11	40
		Contagem Esperada	33,8	6,2	40,0
		% em Reside com os seus familiares?	15,7%	32,4%	18,3%
		% do Total	13,2%	5,0%	18,3%
		Padrão	-4,8	4,8	
	Diariamente (inclui o fim de semana)	Contagem	156	23	179
		Contagem Esperada	151,2	27,8	179,0
		% em Reside com os seus familiares?	84,3%	67,6%	81,7%
		% do Total	71,2%	10,5%	81,7%
		Padrão	4,8	-4,8	
Total		Contagem	185	34	219
		Contagem Esperada	185,0	34,0	219,0
		% em Reside com os seus familiares?	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	84,5%	15,5%	100,0%

Nota. Elaboração própria.

Tabela 47. H6 Média e desvio-padrão entre as variáveis "Sente que a elevada utilização da Internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos" e "Quantas horas costuma passar na internet, diariamente?"

		Quantas horas costuma passar na Internet, diariamente?		
		Contagem	Média	Desvio padrão
Sente que a elevada utilização da Internet pode trazer consequências físicas e emocionais? Se sim, dê alguns exemplos.	Sim	9	7	3
	Não	56	7	4
	Problemas físicos/dores corporais	172	7	4
	Problemas de saúde mental	172	8	4
	Problemas emocionais	29	7	4
	Vício	76	7	4
	Problemas de confiança	85	7	4
	Negligência pessoal	17	9	4
	Outro	34	8	4
Total		433	7	4

Nota. Elaboração própria.

Tabela 48. H7 Análise detalhada das variáveis "Como se sente quando não tem acesso à Internet?" e "Ocupação"

		Ocupação									
		Estudante		Exerce uma profissão		Desempregado		Outra situação		Não responde	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Relaxado	1	59	26,9%	55	31,4%	6	28,6%	6	35,3%	0	0,0%
	2	53	24,2%	39	22,3%	4	19,0%	5	29,4%	0	0,0%
	3	107	48,9%	81	46,3%	11	52,4%	6	35,3%	1	100,0%
Menos stress	1	72	32,9%	64	36,6%	9	42,9%	5	29,4%	0	0,0%
	2	50	22,8%	37	21,1%	2	9,5%	4	23,5%	0	0,0%
	3	97	44,3%	74	42,3%	10	47,6%	8	47,1%	1	100,0%
Dias mais compridos	1	40	18,3%	44	25,1%	5	23,8%	3	17,6%	0	0,0%
	2	28	12,8%	19	10,9%	3	14,3%	2	11,8%	0	0,0%
	3	151	68,9%	112	64,0%	13	61,9%	12	70,6%	1	100,0%
Mais tempo para família e amigos	1	38	17,4%	42	24,0%	4	19,0%	5	29,4%	0	0,0%
	2	39	17,8%	35	20,0%	2	9,5%	4	23,5%	0	0,0%
	3	142	64,8%	98	56,0%	15	71,4%	8	47,1%	1	100,0%
Mais livre	1	51	23,3%	51	29,1%	4	19,0%	5	29,4%	0	0,0%
	2	43	19,6%	32	18,3%	1	4,8%	5	29,4%	0	0,0%
	3	125	57,1%	92	52,6%	16	76,2%	7	41,2%	1	100,0%
Produtivo	1	66	30,1%	53	30,3%	4	19,0%	6	35,3%	0	0,0%
	2	45	20,5%	36	20,6%	2	9,5%	7	41,2%	0	0,0%
	3	108	49,3%	86	49,1%	15	71,4%	4	23,5%	1	100,0%

Legenda: 1-Discordo; 2-Não concordo nem discordo; 3-Concordo.

Nota. Elaboração própria.

Tabela 49. H8 Média e desvio-padrão entre as variáveis "Quando o número de mensagens recebidas e enviadas aumenta, sinto:" e " Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?"

		Por norma, aproximadamente quantas mensagens envia e recebe, diariamente (sms e redes sociais)?		
		Contagem	Média	Desvio padrão
Mais stress	Discordo	165	135,15	303,61
	Não concordo nem discordo	72	127,40	245,29
	Concordo	196	201,67	458,50
Mais distúrbios de sono	Discordo	211	149,28	337,91
	Não concordo nem discordo	69	120,33	198,40
	Concordo	153	203,91	471,68
Problemas de bem-estar emocional	Discordo	241	140,77	295,91
	Não concordo nem discordo	70	140,73	285,19
	Concordo	122	223,14	527,52
Mais social	Discordo	86	211,44	589,92
	Não concordo nem discordo	72	149,01	241,10
	Concordo	275	153,04	313,59
Pessoas que se preocupam comigo	Discordo	82	234,88	610,99
	Não concordo nem discordo	82	167,51	363,44
	Concordo	269	141,28	269,09

Nota. Elaboração própria.