



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

MESTRADO EM MARKETING

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

**A DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO
ENSINO SUPERIOR**

FRANCISCO COIMBRA DE OLIVEIRA DOMINGUES FÉLIX

SETEMBRO - 2013



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

MESTRADO EM MARKETING

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

**A DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO
ENSINO SUPERIOR**

FRANCISCO COIMBRA DE OLIVEIRA DOMINGUES FÉLIX

ORIENTAÇÃO:

PROF.^ª DOUTORA HELENA DO CARMO MILAGRE MARTINS GONÇALVES

SETEMBRO - 2013

Agradecimentos

Um agradecimento especial à minha mãe cuja energia e perseverança serviram de exemplo e me motivaram para trabalhar com mais afinco no estudo agora apresentado.

Quero agradecer à Professora Helena Gonçalves pela sua disponibilidade e conhecimento que tiveram um impacto fulcral nesta investigação.

Um agradecimento ao Professor Rui Brites que através das suas observações e conhecimento permitiram tornar este estudo mais interessante e promissor.

À Unidade de Suporte do Banco Popular, departamento onde laboro e onde sempre me apoiaram para a concretização desta investigação.

Aos meus irmãos e amigos que sempre me apoiaram.

Resumo

O *Facebook* é utilizado por milhões de pessoas em Portugal. É um espaço de profusão de mensagens, que permite que os estudantes do ensino superior se relacionem, interajam e comuniquem entre si.

É a maior rede social do mundo, e é utilizada diariamente pelos estudantes do ensino superior. No entanto os comportamentos destes últimos, relacionados com a frequência de utilização do *Facebook* podem evidenciar uma relação de dependência. Podendo esta relação trazer consequências negativas na vida social e escolar dos estudantes, analisou-se o nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior, e a sua relação com a produtividade escolar e posse de um *Smartphone*.

A inclusão dos *smartphones* nesta investigação deve-se ao facto de haver cada vez mais estudantes do ensino superior com este objecto sendo que uma larga maioria utilizam-no para aceder ao *Facebook*. O *smartphone* pelas suas funcionalidades tornam o *Facebook* ainda mais ubíquo, e o seu acesso mais prático e tentador.

Neste estudo foi possível inferir que há diferenças significativas no nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior que mais tempo acedem a esta rede social.

Palavras-chave: *Facebook*, redes sociais, compulsividade, dependência, dependência nas redes sociais, dependência do *Facebook*, *smartphones*, produtividade escolar.

Abstract

Facebook is used by millions of people in Portugal. It is a space for the profusion of messages and enables higher education students to relate, interact and communicate with each other.

It is the biggest social network in the world used daily by higher education students, but whose behaviors related to the frequency of use of Facebook may show a relationship of dependency. This relationship may have negative consequences in social and school life. Therefore, was analyzed the level of dependence on Facebook of higher education students, and its relationship with school productivity and the possession of a Smartphone.

The inclusion of smartphones in this investigation was due to the fact that more and more college students have this object and use it to access Facebook. The smartphone, because of its features make Facebook even more ubiquitous, and its access more convenient and tempting.

In this study was possible to infer that there are significant differences in the level of dependence on Facebook of higher education students that use Facebook for more time.

Keywords: Facebook, social networks, compulsivity, dependency, social networks dependency, dependency on Facebook, smartphones, school productivity.

ÍNDICE GERAL

1.INTRODUÇÃO	1
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	1
2. REVISÃO DE LITERATURA	3
2.1. DA WEB 1.0 À WEB 2.0	3
2.1.1. REDES SOCIAIS	3
2.1.2. <i>FACEBOOK</i>	4
2.2. DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK	5
2.2.1. IMPULSIVIDADE, COMPULSIVIDADE E DEPENDÊNCIA	5
2.2.2. ESCALA E MODELO DE MEDIÇÃO DA DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK	7
2.2.2.1. ESCALA DE BERGEN	7
2.2.2.2. MODELO DE THADANI & CHEUNG	9
2.3. FACEBOOK E OS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR	10
2.4. A UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK NOS <i>SMARTPHONES</i>	12
2.5. ESCOLHA DA FORMA DE MEDIR A DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK	14
3. MODELO CONCEPTUAL	15
4 .METODOLOGIA	15
4.1. TIPO DE ESTUDO	16
4.2.QUESTIONÁRIO, TIPO DE QUESTÕES E MEDIDAS	16
4.3. AMOSTRAGEM E RECOLHA DE DADOS	17
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	19
5.1.CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	19
5.2. ANÁLISE DOS FACTORES DE PRIMEIRA E SEGUNDA ORDEM	20
5.3. DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR	21
5.3.1. ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E A MEDIÇÃO DA DEPENDÊNCIA	21
5.3.2. DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR, SEXO, ESCALÕES ETÁRIOS E TEMPO DE ACESSO AO FACEBOOK	21
5.4. DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR E A PRODUTIVIDADE ESCOLAR	23
5.5. DEPENDÊNCIA DO FACEBOOK DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR E <i>SMARTPHONES</i>	24
6. CONCLUSÃO	26
7. LIMITAÇÕES E PISTAS PARA INVESTIGAÇÃO FUTURA	30

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXOS	37

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1.1 .COMPONENTES DE MEDIÇÃO DE DEPENDÊNCIA DA INTERNET DE GRIFFITHS	37
TABELA 1.2. ESCALA DE BERGEN	8
TABELA 1.3. DEFINIÇÃO DAS COMPONENTES DA DEPENDÊNCIA DAS REDES SOCIAIS	9
TABELA 1.4. MODELO DE THADANI & CHEUNG	38
TABELA 3.1.CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	42
TABELA 3.2.CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA - FACEBOOK & SMARTPHONES	43
TABELA 3.3.DESEMPENHO ESCOLAR E O FACEBOOK	44
TABELA 4.1. TESTE DE FIABILIDADE E MÉDIA DOS ÍNDICES SINTÉTICOS DE 1ªORDEM	45
TABELA 4.2. TESTE DE FIABILIDADE, MÉDIA E TESTE PARAMÉTRICO PARA DUAS AMOSTRAS EMPARELHADAS DOS ÍNDICES SINTÉTICOS DE 2ª ORDEM	46
TABELA 4.3. MÉDIA DO ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA	46
TABELA 4.4. T-TEST - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA POR SEXO	49
TABELA 4.5. ANÁLISE DE VARIÂNCIA SIMPLES PARAMÉTRICA --ANOVA - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E ESCALÕES ETÁRIOS	47
TABELA 4.6.ANÁLISE DE VARIÂNCIA SIMPLES PARAMÉTRICA --ANOVA - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E TEMPO MÉDIO DIÁRIO DE UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK	48
TABELA 4.7. TESTE POST HOC - SCHEFFE - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E TEMPO MÉDIO DIÁRIO DE UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK	48
TABELA 4.8.ANÁLISE DE VARIÂNCIA SIMPLES PARAMÉTRICA --ANOVA - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E MÉDIA ESCOLAR	49
TABELA 4.9. T-TEST - RELAÇÃO ENTRE ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E POSSE E ACESSO AO FACEBOOK ATRAVÉS DE SMARTPHONE	49
TABELA 4.10. ANÁLISE DE VARIÂNCIA SIMPLES PARAMÉTRICA --ANOVA - ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE DEPENDÊNCIA E TEMPO MÉDIO DE ACESSO AO FACEBOOK POR DIA ATRAVÉS DE SMARTPHONE	50

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 - MODELO CONCEPTUAL	15
------------------------------	----

1.Introdução

A inovação tecnológica promovida durante a última década trouxe com ela um novo paradigma de interação interpessoal. As redes sociais, como o *Facebook*, nasceram, cresceram e tornaram-se incontornáveis espaços de profusão de mensagens, pessoais e profissionais.

Hoje o acesso e navegação na Internet está mais facilitado que nunca e sempre presente: através de um *smartphone* ou computador portátil necessitamos apenas de uma rede *wireless* ou de um serviço de uma operadora móvel; as empresas criam aplicações para facilitar o acesso e navegação através destas tecnologias, e locais como a escola, café, ginásio e bibliotecas partilham a sua rede *wireless*.

O *Facebook* tem 4.800.000 utilizadores em Portugal, onde 22,9% com idades compreendidas entre os 18 e 24 anos, e 25 % entre os 25 e 34 anos, segundo dados do site *allin1social.com*, datados de Julho de 2013. São os dois maiores grupos etários, e onde se inserem os estudantes do ensino superior. Um estudo desenvolvido pela *Netsonda*, datado de Novembro de 2011, concluiu que 80% dos inquiridos e utilizadores do *Facebook* estão sempre ligados ou ligam-se pelo menos uma vez por dia e quase 30 % dos inquiridos ligavam-se ao *Facebook* via *smartphone*.

1.1. Problema de Investigação e Questões de Investigação

O *Facebook* tornou-se numa forma regular de comunicação e expressão entre os estudantes do ensino superior que através de um *smartphone* podem aceder a esta rede social em qualquer altura e em qualquer lugar. Têm surgido modelos que explicam estes comportamentos através do conceito de dependência, uma vez que os mesmos podem trazer consequências negativas como comportamentos compulsivos.

No entanto, detecta-se uma ausência de estudos académicos sobre esta temática, o que despertou o interesse e evidencia a necessidade de aplicar estas interpretações num estudo sobre os estudantes do ensino superior, analisando os seus comportamentos e perceber o seu nível de dependência face ao *Facebook*.

Uma vez que o público alvo são os estudantes do ensino superior analisa-se também se a média escolar está relacionado com o nível da dependência do *Facebook*. Avalia-se também a relação entre a dependência do *Facebook* nos estudantes do ensino superior e a posse de *smartphone*, uma vez que a portabilidade e funcionalidade destes objectos facilita o acesso e navegação no *Facebook*, e tornam-no ubíquo. É importante, assim, perceber se estes dispositivos influenciam o nível de dependência.

Para tal foi escolhido o modelo de Thadani & Cheung que estuda os comportamentos dos utilizadores do *Facebook* ao nível de dependência, através da análise das suas componentes, designadas por factores de primeira e segunda ordem.

Surgiram assim três questões de investigação:

P.1.Os estudantes do ensino superior são dependentes do Facebook?

P.2.Existe alguma relação entre a dependência do *Facebook* nos estudantes do ensino superior e a produtividade escolar?

P.3.Existe alguma relação entre a posse de *smartphone* e o nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior?

Este estudo é uma fonte de informação para os professores conhecerem melhor os seus alunos, e as empresas, marcas e agências com estratégias e serviços digitais passam a ter uma noção mais profunda do comportamento digital do que pode ser o seu público-alvo.

2. Revisão de Literatura

2.1. Da Web 1.0 à Web 2.0

A *Web 1.0* representa o início da Internet, onde o conteúdo apenas estava disponível para pesquisa e leitura (Naik & Shivalingaiah, 2008), e onde era inexistente qualquer interação entre utilizadores (Singh et al., 2011). Com a evolução tecnológica surge a *Web 2.0*, onde a Internet passa a funcionar como uma plataforma (O'Reilly, 2007) através de um conjunto de aplicações online de código aberto controladas pelos utilizadores, que podem editar e partilhar conhecimento e experiência (Constantinides & Fountain, 2008). O formato dos dados ao permitir que os utilizadores interajam entre si (O'Reilly, 2007) tornam-nos também parte da rede (Constantinides & Fountain, 2008).

Conclui-se que se cria na Web 2.0 uma rede de efeitos, através de uma “arquitetura de participação” (O'Reilly, 2007) uma vez que o desenho do serviço permite a sua melhoria e utilização em massa (Anderson, 2007). Um “*software social*” como o *Youtube*, ou um *Blog*, permite que os utilizadores comuniquem, se interliguem, e colaborem através de um computador (Cooke & Buckley, 2008).

2.1.1. Redes Sociais

As pessoas necessitam de pertencer a grupos, formar comunidades, e de se expressar, aderindo assim às redes sociais (Das & Sahoo, 2011). Esta são aplicações onde os utilizadores constroem *sites* pessoais que podem ser acedidos por outros utilizadores para troca de conteúdos e comunicar (Cooke & Buckley, 2008). Os utilizadores podem construir um perfil público ou semipúblico consoante as opções que escolherem, e

criar e cruzar as suas listas de conexões com as dos outros utilizadores (Boyd & Ellison, 2008).

As redes sociais diferenciam-se da *Web* pois organizam-se em torno de utilizadores e não do conteúdo, o que leva à manutenção de relações sociais entre utilizadores com interesses semelhantes (Mislove et al., 2007). Desenvolve-se uma comunidade social onde os utilizadores criam o seu perfil online com dados, fotografias, e outras informações, comunicando entre si por voz, *chat*, mensagens instantâneas, videoconferência (Ahmad, 2011), e onde a actividade principal se define como *posting*: a publicação de comentários, fotos, notícias ou qualquer outra informação (Nurcahyo et al., 2009).

A primeira rede social criada foi a *Sixdegree.com* em 1997. Nos anos seguintes outras foram criadas como exemplo: a *Fotolog* em 2002; o *Linkedin*, *Couchsurfing*, *Myspace*, *Hi5*, em 2003; o *Flickr*, *Orkut* e o *Facebook* apenas para os estudantes de Harvard, em 2004; o *Youtube* em 2005; e em 2006 o *Twitter*, o *MyChurch*, e o *Facebook* torna-se numa rede social que pode ser utilizada por todos (Boyd & Ellison, 2008).

2.1.2. Facebook

O *Facebook* nasceu em 2004 como uma rede social para os estudantes de *Harvard*. No ano de 2005, é permitido que os estudantes do secundário se tornem utilizadores e, em 2006, torna-se acessível a todos (Boyd & Ellison, 2007).

Segundo dados do site *allin1social.com*, datados de Julho de 2013, o *Facebook* tem 4.800.000 utilizadores em Portugal, sendo que 49,2 % dos utilizadores são do sexo feminino, e 50,8 % do sexo masculino. Na mesma data, o *site* segmentava os utilizadores de *Facebook* em termos de idade: 22,9% com idades compreendidas entre

os 18 e 24 anos, e 25 % entre os 25 e 34 anos. Estes são os dois grupos maiores de utilizadores, e onde se inserem os estudantes do ensino superior. Para estes dados foram tidos em consideração utilizadores com idade superior ou igual a 13 anos. Como mostram alguns estudos o *Facebook* é a rede social mais utilizada entre estudantes do ensino superior (Miranda et al., 2010; Morais et al., 2011).

Podemos caracterizar o *Facebook* pela combinação das suas ferramentas, uma vez que permite criar mensagens públicas nos murais, álbuns de fotos, grupos de utilizadores, criar notas funcionando como um *blog*, eventos para juntar pessoas em encontros sociais, o acesso a aplicações, o envio de mensagens privadas e a publicação de vídeos (Hei-man, 2008). Através da sua interface os utilizadores controlam a visibilidade e pesquisa das suas informações pessoais por localização, amigo, tipo de utilizador ou dados (Gross & Acquisti, 2005).

2.2. Dependência do Facebook

2.2.1. Impulsividade, Compulsividade e Dependência

Num comportamento de impulsividade um indivíduo não consegue resistir a um impulso e a uma tentação (Hollander et al., 2006). Sente um aumento de tensão até o começo do acto e, durante o mesmo pode sentir prazer, alívio, mas também arrependimento (American Psychiatric Association, 1980).

O termo de impulsividade aplica-se às redes sociais uma vez que esta surge de uma necessidade onde um indivíduo sente tensão e excitação antes de aceder a uma rede social, e após o acesso sente alívio ou prazer (Thadani & Cheung, 2011).

Quando um comportamento de impulsividade se repete e se torna regular, é considerado compulsivo (Miele et al., 1990). Citada por Miele et al. (1990), a American

Psychiatric Association caracteriza-o pela sua repetição, uma vez que não há um fim para o mesmo. Há um desejo de resistência, mas o comportamento desenvolve-se para produzir prazer podendo tornar-se excessivo e, no final o indivíduo apenas sente algum alívio da tensão (American Psychiatric Association, citada em Miele et al., 1990).

O conceito de compulsividade aplica-se também aos utilizadores de redes sociais, uma vez que é a consequência de um comportamento impulsivo repetido, onde os utilizadores passam horas nas redes sociais a falar com os seus amigos, a observar alterações e actualizações do perfil e páginas de outros utilizadores, e aproveitam para comentar vídeos, fotos, e alterar o seu próprio estado tornando-se um hábito compulsivo (Das & Sahoo, 2011).

Os utilizadores sentem-se motivados para o uso das redes sociais pois estabelecem e mantêm relações na internet e fora dela (Kuss & Griffiths, 2011), podendo existir uma dependência de ciber-relacionamento (e.g. dependência de relações online) (Young, 1999).

O conceito de dependência define-se como um comportamento conhecido para satisfazer uma necessidade, onde há um aumento de tensão até que a acção seja concluída, mas a tensão não desaparece, apenas diminui, uma vez que a necessidade vai retornando, e a tensão volta a aumentar (Edwards, citado em Marks, 1990). Trata-se de um processo com consequências negativas uma vez que há uma impotência para controlar o comportamento e descontrolo, mantendo-se o comportamento sempre na expectativa de sentir-se prazer ou fugir a um desconforto (Goodman, 1990).

Um indivíduo dependente esforça-se para parar com o seu comportamento viciante, mas apesar desta pretensão continua com o mesmo (West & Hardy, 2005).

2.2.2. Escala e modelo de medição da dependência do Facebook

Após a revisão de literatura relativa aos conceitos de impulsividade, compulsividade e dependência, foram encontradas duas formas de medir a dependência nas redes sociais: a Escala de Bergen (Andreassen et al., 2012) e o modelo de Thadani & Cheung (Thadani & Cheung, 2011).

2.2.2.1. Escala de Bergen

Andreassen et al. (2012) criaram a escala de Bergen (*The Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS)). A designação da escala foi baseada no nome da cidade e universidade com o mesmo nome, onde os autores leccionam, *Bergen* na Noruega.

A escala foi criada com base nas seis componentes que Griffiths (1996) criara para medir a dependência e adaptara ao contexto da internet: alteração de humor, tolerância, abstinência, conflito e recaída (Griffiths, 1999) (anexo I).

Andreassen et al. (2012) efectuaram um estudo para testar a escala de Bergen (BFAS) através de um questionário feito a uma amostra de 434 estudantes noruegueses da Universidade de Bergen, da escola secundária de Bergen e estudantes da Academia Naval Royal. Mais tarde, foi efectuado o teste-reteste da escala, a uma sub-amostra composta por 153 dos mesmos estudantes, onde 118 eram do sexo feminino e 35 do sexo masculino.

Neste estudo, a BFAS foi testada em conjunto com outras escalas: a *Addictive Tendencies Scale* (Wilson et al., 2010), a *Online Sociability Scale* (Ross et al., 2009), a *Facebook Attitude Scale* (Ellison et al., 2007) , a *The Neo-Five Factor Inventory (Neo-FFI)*, que mede os domínios do modelo dos cinco factores de personalidade:

neuroticismo, extraversão, abertura, aceitação e consciência (Neo-FFI) (Costa & MacCrae, 1992); as escalas BIS/BAS, BIS que mede a inibição comportamental e BAS que permite estudar a predisposição para uma aproximação de estímulos (Carver & White, 1994). Questões relacionadas com problemas em dormir também foram testadas (Bjorvatn & Pallesen, 2009).

Após os testes, concluíram que a escala era válida e constataram por exemplo, que a escala BFAS tem um factor estrutural unidimensional e que os resultados estavam correlacionados e convergentes com os das outras escalas (Andreassen et al., 2012).

Na tabela 1.2. abaixo apresentada constam os itens respectivos a cada componente que Griffiths (1999) adaptara para medir a dependência da Internet, e que Andreassen et al. (2012) adaptaram para o formato de questões para medir a dependência do *Facebook*.

Tabela 1.2. Escala de Bergen

Itens	Componentes
Penso muito no Facebook ou em planear usá-lo?	Saliência
Sinto vontade em usar o Facebook cada vez mais?	Tolerância
Uso o Facebook com o objectivo de esquecer problemas pessoais?	Alteração de Humor
Já tentei reduzir o uso do Facebook mas sem sucesso?	Recaída
Tonei-me agitado ou problemático quando fiquei impossibilitado de usar o Facebook?	Abstinência
A frequência com que acedo ao Facebook teve um impacto negativo no meu trabalho/estudo?	Conflito

Fonte: Adaptado de Andreassen et al. (2012).

2.2.2.2. Modelo de Thadani & Cheung

O modelo de Thadani & Cheung (2011) foi criado com base nas sete componentes da utilização da Internet (*GPIUS – Generalized problematic Internet use scale*) de Caplac (2002): alteração de humor, benefício social, resultados negativos, compulsividade, tempo excessivo, privação e controlo interpessoal (Thadani & Cheung, 2011). O estudo

de Caplac (2002), baseou-se na teoria cognitiva-comportamental da dependência de Davis (2001), que estudou a patologia que leva um indivíduo a usar a internet (*PIU – Pathological Internet Use*).

De forma a criar um modelo conceptual para a análise da dependência nas redes sociais, Thadani & Cheung (2011) testaram cinco modelos com base nas sete componentes de Caplac (2002), adaptando-as ao contexto das redes sociais, que são definidas na tabela 1.3., e basearam-se em 26 itens para as medir (ver anexo II).

Tabela 1.3. Definição das componentes da dependência das redes sociais

Componentes da dependência das redes sociais	Definição
Alteração de Humor	Facilidade de mudança humor/excitação ou conforto com a utilização das redes sociais.
Benefício Social	Benefícios percebidos que podem obter das redes sociais.
Resultados Negativos	Resultados negativos associados com a utilização das redes sociais.
Controlo Interpessoal	Quando os indivíduos percebem um aumento de controlo social quando interagem nas redes sociais.
Tempo Excessivo	O nível em que o utilizador sente que perdeu a noção ou passou um tempo excessivo nas redes sociais.
Privação	Dificuldade em estar longe das redes sociais.
Compulsividade	Incapacidade de controlo, redução e paragem de um comportamento online, paralelamente com sentimentos de culpa pelo tempo de navegação.

Fonte: Adaptado de Thadani & Cheung (2011).

De forma a testar os modelos, estes autores fizeram um estudo quantitativo através de um inquérito online publicado no *Myspace, MSN, Facebook e Weblogs*.

Após o teste dos modelos decidiram por um modelo conceptual, constituído por sete componentes que foram designadas factores de primeira ordem que são medidos pelos 26 itens, e divididas por dois factores de segunda ordem. Ao factor de segunda ordem componente social, correspondem os factores de primeira ordem: alteração de humor, benefício social, resultados negativos e controlo interpessoal. E, ao factor de segunda ordem, componente interpessoal, correspondem os factores de primeira

ordem: compulsividade, tempo excessivo e privação. Estes factores permitem que seja medido o nível da dependência do *Facebook* dos utilizadores (Thadani & Cheung, 2011) (anexo II).

2.3. Facebook e os Estudantes do Ensino Superior

No capítulo anterior verificámos que na literatura actual já existem interpretações dos conceitos de impulsividade, compulsividade e dependência em termos do contexto das redes sociais, e do *Facebook*. Inclusive já existem formas de medir a dependência do *Facebook*, como a Escala de Bergen (Andreassen et al., 2012), ou o modelo de Thadani & Cheung (2011) que inclui o conceito de compulsividade. No entanto, há uma ausência de estudos sobre esta temática e, neste sentido, procuraram-se dados e estudos existentes que permitissem relacionar a utilização do *Facebook* pelos estudantes do ensino superior e estes conceitos.

Um estudo de Miranda et al., (2010) concluiu que os estudantes do ensino superior acedem às redes sociais em média durante 7 horas por semana. Utilizam-no preferencialmente para manter o contacto com amigos (Miranda et al., 2010; Cheung et al., 2011; Morais et al., 2011; Chen & Marcus, 2012). No entanto, há outras razões de utilização do *Facebook* que os diferencia dos outros utilizadores, como a utilização do *Facebook* como apoio à aprendizagem, para manter o contacto com colegas de turma, e manter o círculo académico que se tornará no futuro o círculo profissional (Chen & Marcus, 2012).

Num estudo de Chen & Marcus (2012) foram apresentadas conclusões interessantes sobre a personalidade do estudante do ensino superior como utilizador de redes sociais, onde os mais extrovertidos sentem-se mais à vontade para publicar

informação, enquanto que os estudante que apresentam um alto nível de alocentrismo (i.e., alguém que foca os seus interesses na vida de outra pessoa) e baixa extroversão têm tendência a publicar informação menos honesta mas com mais audiência.

Kirschner & Karpinski (2010) fizeram um estudo quantitativo e qualitativo onde relacionaram a utilização do *Facebook* por estudantes universitários com a produtividade escolar. Concluiu-se que os estudantes que utilizam *Facebook* estudam menos horas, sendo que 66% utilizam-no diariamente, ou mesmo várias vezes ao dia e onde 73,8% indicaram que o *Facebook* não tinha qualquer impacto na produtividade académica. No entanto, esta era uma questão-aberta, que permitiu tirar outras conclusões, uma vez que 35 alunos justificaram a sua escolha. Destes 35 alunos, 74,3 % indicaram que o *Facebook* tinha um impacto negativo na produtividade escolar porque os distraia dos trabalhos de casa e evidenciam ter dificuldade em gerir o seu tempo.

Comparando estes comportamentos com o modelo de Thadani & Cheung (2011), podemos associá-los a alguns dos factores de segunda ordem deste modelo: com o factor de segunda ordem “resultados negativos”, pelo impacto negativo que o *Facebook* traz à produtividade escolar; com o factor de segunda ordem “tempo excessivo”, pela dificuldade de gestão de tempo; e com o factor de segunda ordem “privação”, pela dificuldade em estar longe do *Facebook*, uma vez que os estudantes acedem a esta rede social várias vezes por dia (Kirschner & Karpinski, 2010). No entanto, apesar destas associações, trata-se de uma observação sem comprovação teórica. Neste contexto surge a necessidade e motivação para que neste estudo se

explore se os estudantes do ensino superior são dependentes do *Facebook*. Surgiram assim as seguintes hipóteses de pesquisa:

H1 - Os estudantes do ensino superior são dependentes do Facebook.

H2 - Os estudantes do ensino superior com menor produtividade escolar apresentam um valor mais elevado de dependência.

2.4. A utilização do Facebook nos *Smartphones*

Um *smartphone* pelas suas funcionalidades e capacidades técnicas, permite não só fazer chamadas, e enviar e receber mensagens como num telemóvel normal, mas também adicionar aplicações, enviar e receber e-mails, e aceder à *internet* (Cassavoy, 2013). A sua posse facilita o acesso ao *Facebook* e torna-o ainda mais ubíquo.

No primeiro semestre de 2013 os *smartphones* tiveram um crescimento de 66% comparativamente ao período homólogo em Portugal (Figueiredo, 2013). De acordo com um estudo feito pela Netsonda em Portugal, datado de Novembro de 2011, 80% dos inquiridos e utilizadores do *Facebook* estão sempre ligados ou ligam-se pelo menos uma vez por dia; quase 30% dos inquiridos ligavam-se ao *Facebook* via telemóvel, tendo havido subida significativa, uma vez que, em Dezembro de 2010, era de 20% e, em Junho do mesmo ano, apenas 10%. Segundo o mesmo estudo tanto homens como mulheres ligam-se com a mesma frequência ao *Facebook*. No entanto, evidenciam que é o sexo feminino quem passa mais tempo em cada ligação.

Num estudo publicado no site www.marketingcharts.com, datado de 29 de Março de 2013, cuja amostra era constituída por norte-americanos entre os 18 e 44 anos, possuidores de *smartphone* com sistema operativo *Android* ou *iOS*, 74% dos inquiridos

entre os 18 e os 24 anos, onde podemos incluir os estudantes do ensino superior, reconheceram utilizar o *smartphone* logo que acordam. No mesmo estudo, foi referido que as duas actividades mais populares são a consulta de e-mail (78%) e utilização do Facebook (70%). Foi também evidenciado que os utilizadores usam um *smartphone* para se sentirem conectados, e as actividades que geram mais conectividade são: mensagens de texto (49%), falar ao telefone (43%), e troca de mensagens no Facebook (40%).

Outro estudo datado de 12 Julho de 2013, publicado também no site *www.marketingcharts.com*, e onde a amostra era constituída por norte-americanos possuidores de um *smartphone*, e com idade igual e superior a 18 anos, concluiu que 72% dos inquiridos não conseguem estar mais de um metro longe do seu *smartphone*. Como podemos verificar, a posse de um *smartphone* tem vindo a crescer e, uma das principais actividades através deste objecto é o acesso ao *Facebook*. Comparando estes comportamentos com o modelo de Thadani e Cheung (2011) podemos relacioná-los com o factor de segunda ordem “privação”, pela dificuldade dos inquiridos em estar longe do seu *smartphone* e *Facebook*.

A par destes factos, pode-se de forma tendenciosa associá-los à existência de um comportamento de dependência. Tal facto requer ainda comprovação teórica. Assim, esta linha de reflexão serve para que neste estudo se explore se há relação entre o acesso ao *Facebook* através de um *smartphone* e a dependência do *Facebook*. Neste contexto surgiu a hipótese de pesquisa:

H3 – Os estudantes do ensino superior que acedem ao *Facebook* através do seu *smartphone* têm um nível de dependência do *Facebook* mais elevado do que os

estudantes do ensino superior que têm *smartphone* mas não acedem ao *Facebook* através do mesmo.

2.5. Escolha da forma de medir a dependência do Facebook

Procurou-se um modelo conceptual que permitisse fazer a análise sobre a dependência dos utilizadores do Facebook. O modelo de Thadani & Cheung (2011) e a escala de Bergen (Andreassen et al., 2012) surgem como alternativa para medir a dependência do Facebook dos estudantes do ensino superior.

Neste capítulo, exploram-se as componentes e características das duas formas de medir a dependência do Facebook, assim como as razões que levaram à escolha de um dos dois para ser utilizado neste estudo.

Optou-se pelo modelo de Thadani & Cheung (2011) uma vez que as suas componentes abrangem as da escala de Bergen (Andreassen et al., 2012) e os seus itens permitem fazer uma análise mais profunda da realidade a ser estudada. Este modelo permitirá não só medir o nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior, mas também estudar, detectar comportamentos e aprofundar conhecimento sobre os mesmos.

Na tabela 1.5 apresenta-se uma comparação feita entre as componentes da escala de Bergen (Andreassen et al., 2012) e os factores de primeira ordem do modelo de Thadani & Cheung (2011). De referir que esta comparação foi feita tendo em conta os itens dos modelos.

Tabela 1.5. Comparação entre o modelo de Thadani & Cheung e a Escala de Bergen

Modelo de Thadani & Cheung		Escala de Bergen
Factores de Segunda Ordem	Factores de Primeira Ordem	Componentes
Componente Social	Alteração de Humor	Alteração de Humor
	Benefício Social	
	Resultados Negativos	Conflito
	Controlo Interpessoal	
Componente Interpessoal	Tempo Excessivo	
	Privação	Saliência Abstinência
	Compulsividade	Recaída Tolerância

Fonte: Adaptado de Thadani & Cheung (2011) e Andreassen et al.(2012)

3. Modelo conceptual

Através da revisão de literatura e respectivas hipóteses de pesquisa surgiu o seguinte modelo conceptual que representa esta investigação:

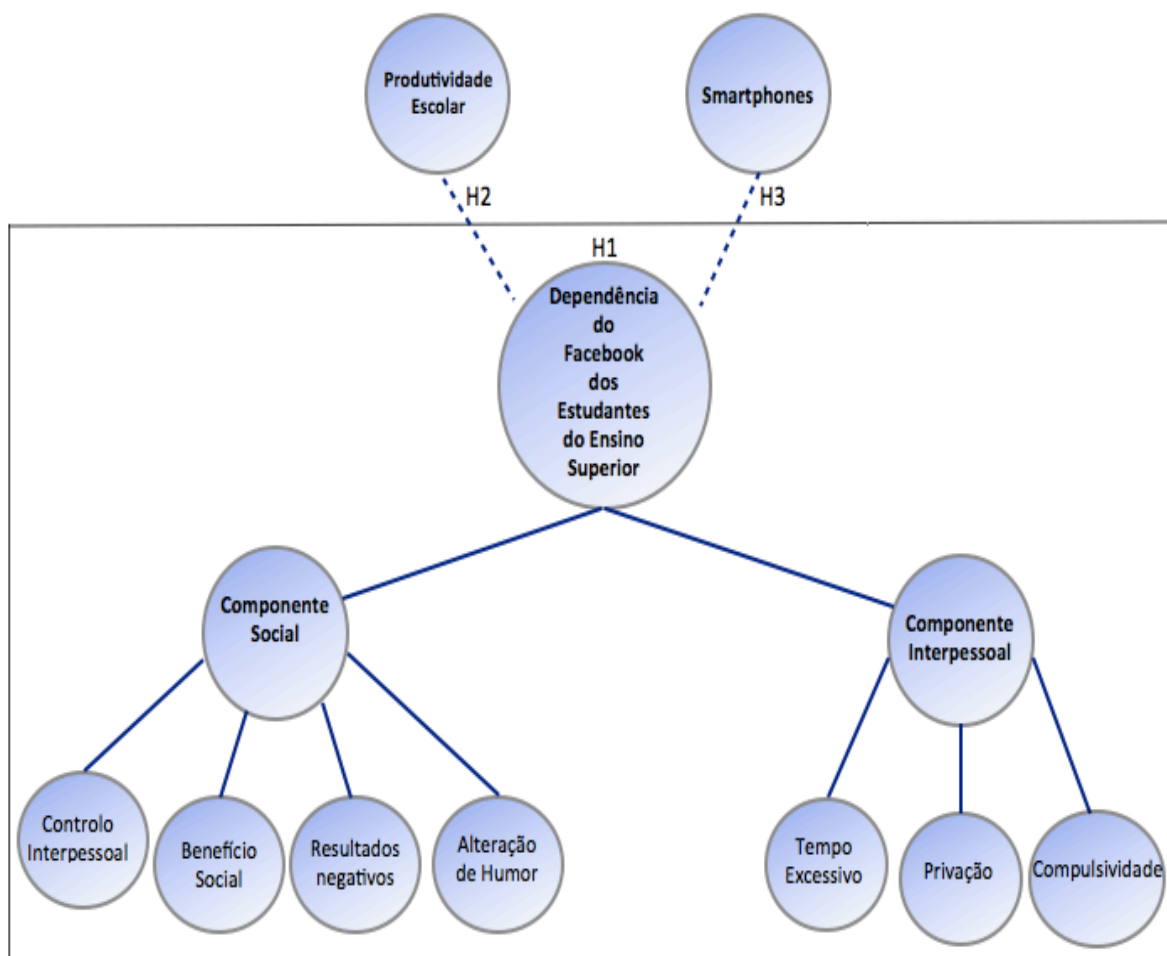


Fig. 1. Modelo Conceptual de pesquisa.

4. Metodologia

4.1. Tipo de estudo

Desenvolveu-se um estudo exploratório de natureza quantitativa com o objectivo de medir a dependência dos estudantes do ensino superior no *Facebook* através do modelo de Thadani & Cheung (2011) e a sua relação com os *Smartphones* e produtividade escolar.

O estudo de natureza quantitativa permite que os resultados obtidos sejam medidos e analisados tendo em conta as hipóteses e variáveis do estudo.

Optou-se por um estudo exploratório uma vez que este estudo consiste numa primeira abordagem ao tema onde se pretende explorar e conhecer o fenómeno, uma vez que não há estudos académicos que relacionem a dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior no *Facebook* com a posse de um *Smartphones* e a produtividade escolar.

4.2. Questionário, tipo de questões e medidas

O questionário foi criado no programa on-line *Qualtrics*. Foi feito um pré-teste presencial a dez pessoas com o objectivo de observar se o questionário necessitava de alguma alteração a nível de estrutura ou de redação para que fosse bem percebido e as respostas fossem de encontro ao objectivo da pesquisa. Apenas foram sugeridas algumas alterações ao nível da linguagem em algumas questões.

O questionário foi estruturado com base nos itens destinados a medir os factores do modelo de Thadani & Cheung (2011). Os itens como no modelo original foram medidos através de uma escala de *Likert* de sete níveis, onde “1= discordo totalmente” e “7=concordo totalmente”.

Através da análise dos resultados definir-se-á se o nível de dependência é baixo, moderado ou elevado de acordo com o exemplificado na tabela 2 abaixo indicada:

Tabela 2 - Escala do nível de dependência

Dependência Baixa		Dependência Moderada			Dependência Elevada	
1	2	3	4	5	6	7

No questionário também foram definidas questões dicotómicas sobre a posse de *Smartphone*, acesso ao *Facebook*, e sobre outros objectivos de recolha de informação como o género e o nível de formação académica.

Foram também incluídas duas questões de escolha múltipla sobre o tempo médio diário de acesso ao *Facebook* e uma questão aberta sobre a média escolar do nível de formação como forma de medição da produtividade escolar. Através da escala de Likert de sete níveis, onde “1= discordo totalmente” e “7=concordo totalmente” foi medida a percepção dos estudantes sobre se a utilização do *Facebook* os beneficiou academicamente. O questionário encontra-se no anexo III.

4.3. Amostragem e Recolha de dados

A população alvo de estudo são os estudantes do ensino superior. Optou-se assim pela recolha de dados através de um inquérito online, divulgando o *link* do questionário gerado no programa online *Qualtrics*.

A amostra foi definida pelo método de amostragem não probabilística, uma vez que não se conhecia a probabilidade de um elemento da população ser escolhido para o inquérito. Por esta razão os resultados não podem ser generalizados para a população em geral.

Utilizaram-se as técnicas de amostragem por conveniência e bola de neve. Neste contexto foi solicitado ao ISEG para enviar o *link* do inquérito aos seus alunos, foi também enviado a colegas da turma de Mestrado de Marketing 2011-2013 do ISEG e amigos pessoais. Quando o *link* foi enviado a amigos e colegas, foi solicitado que participassem no inquérito e que enviassem o *link* a estudantes do ensino superior que conhecessem. Para mais, procedeu-se a uma pesquisa no *Facebook* no sentido de serem detectados utilizadores que tivessem referenciado uma universidade no perfil. Estes receberam uma mensagem onde constava o *link* do inquérito, e o pedido para o partilharem com os seus colegas. O *link* também foi publicado através de um *post* em grupos de faculdades (e.g. ISCTE-IUL, ISEG, Esplanada da FCSH), através de comentário ou *post* em páginas de *Facebook* de faculdades (e.g. IPAM-Career, Associação de Estudantes FEUPRUM (Universidade do Porto), Rádio Universitário do Minho, Associação Académica de Coimbra, Federação Académica de Santarém, Associação Académica da Universidade do Algarve, entre outros) e publicado em grupos aos quais pertença.

O inquérito iniciou-se no dia 04 de Agosto de 2013 e encerrou-se no dia 17 de Setembro de 2013. Foram recebidos 410 questionários, sendo que 268 foram respondidos de forma correcta e completa. Os dados foram analisados através do program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

5. Análise e discussão dos resultados

5.1. Caracterização da amostra

A amostra deste estudo é composta por um total de 268 estudantes do ensino superior sendo que são na sua maioria de mestrado (54,5%) e de licenciatura (38,1%). Na sua maioria têm idade compreendida entre os 22 e 26 anos (55,6%), e são do sexo feminino (57,1%). São maioritariamente estudantes a tempo inteiro (57,8%). Em termos de média escolar, formaram-se três grupos: entre 10 valores e 13 valores (média escolar razoável), entre 14 valores e 16 valores (média escolar boa), e entre 17 e 20 valores (média escolar muito boa), e onde 69,7% indicaram que têm uma média escolar compreendida entre 14 e 16 valores. 81,7% dos estudantes do ensino superior que participaram neste estudo afirmaram ter feito todas cadeiras do curso (anexo IV). Relativamente à utilização do *Facebook*, 36,2% dos estudantes do ensino superior indicaram que acedem a esta rede social entre 1 a 2 horas por dia, e 25,7 % menos de 1 hora. Em termos de posse de *smartphone* 66,8% dos estudantes do ensino superior indicaram ter este objecto. Dos estudantes do ensino superior que têm *smartphone* 64,8% têm um serviço de internet móvel neste objecto, e 84,4% afirmam aceder ao *Facebook* através do mesmo. Dos estudantes do ensino superior que acedem ao *Facebook* através do seu *smartphone*, 80,8% indicaram que acedem a esta rede social menos de 1 hora por dia através deste objecto (anexo V).

Relativamente à questão que relacionava o desempenho escolar com a utilização do *Facebook* (anexo VI), 38,1% tomaram uma posição neutra, indicando que “não concordavam, nem discordavam”, 24,3% que “discordavam completamente”, e 16% que “discordavam”, onde podemos concluir que não há nenhuma indicação que os

estudantes sintam que o *Facebook* tenha contribuído para a melhoria do seu desempenho escolar.

5.2. Análise dos Factores de Primeira e Segunda Ordem

A partir dos dados recolhidos através do inquérito online, que correspondiam aos 26 itens do Modelo de Thadani & Cheung (2011), foram criados 7 índices sintéticos correspondentes aos factores de primeira ordem do mesmo modelo: índice sintético alteração de humor, índice sintético benefício social, índice sintético resultados negativos, índice sintético controlo interpessoal, índice sintético tempo excessivo, índice sintético privação e índice sintético compulsividade. Os índices consideram-se fiáveis uma vez que os resultados do *Alpha Cronbach* foram superiores a 0,6 (anexo VII). Cada índice foi criado através da média dos itens que lhes correspondia, o que permitiu observar que o índice sintético tempo excessivo foi o que teve uma média mais elevada (4,73) e o índice sintético resultados negativos o que teve menor variabilidade de resposta, tendo o menor desvio padrão (0,64) (anexo VII).

Posteriormente com base no paradigma do modelo de Thadani & Cheung (2011) foram criados dois índices sintéticos que correspondiam aos seus factores de segunda ordem. Criou-se o índice sintético componente social através da média do índice sintético alteração de humor, índice sintético benefício social, índice sintético resultados negativos, índice sintético controlo interpessoal. E criou-se o índice sintético componente interpessoal através da média do índice sintético privação, sintético tempo excessivo, e o índice sintético compulsividade. O índice sintético componente interpessoal apresenta a média mais elevada (3,12), enquanto que o índice sintético componente social apresenta o menor desvio padrão (0,83) (anexo VIII).

Fez-se uma análise mais profunda a estes dois índices de onde se concluiu que a média do índice sintético componente interpessoal (3,12) é efectivamente superior à média do índice sintético componente social (2,54) ($t(267)=-9,97$; $p=0,000$), a correlação entre ambas é razoável (0,510) e estatisticamente significativa ($p=0,000$) (ver anexo XIII). Os dois índices consideram-se fiáveis pois ambos apresentavam um valor igual ou superior a 0,6 de *Alpha Cronbach* (anexo VIII).

5.3. Dependência do Facebook dos Estudantes do Ensino Superior

5.3.1. Índice Sintético Global de Dependência e a medição da dependência

H1.Os estudantes do ensino superior são dependentes do *Facebook*.

De forma a medir a dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior e verificar a primeira hipótese deste estudo, foi criado o índice sintético global de dependência que foi calculado através da média do índice sintético componente interpessoal e do índice sintético componente social. A média teve o valor 2,83 (anexo IX). Seria considerado como indicio de um relação de dependência ainda que moderada, uma média de valor entre 3 e 5 valores, no caso de superior considerar-se-ia a existência de uma dependência elevada.

5.3.2. Dependência do Facebook dos Estudantes do Ensino Superior, sexo, escalões etários e tempo de acesso ao Facebook

Com os dados recolhidos foi também analisado se havia relação entre o nível de dependência do *Facebook* nos estudantes do ensino superior e o sexo dos inquiridos. Através dos resultados observou-se que os estudantes do ensino superior do sexo feminino apresentavam uma média do nível de dependência do *Facebook* mais elevado

(2,86) do que os estudantes do ensino superior do sexo masculino (2,80). No entanto, as diferenças não se demonstraram estatisticamente significativas ($t(266,00) = -0,55$, $p > 0,05$) (anexo X), não se comprovando a existência de uma relação entre o sexo dos inquiridos e o nível de dependência.

Após a análise do nível de dependência dos estudantes do ensino superior por sexo, relacionou-se o mesmo com os quatro escalões etários que constituem a amostra. Observou-se que o escalão etário “22-26 anos” teve uma média do nível de dependência mais elevado (2,87); seguindo-se os escalões “18-21 anos” e “27-25 anos” com o mesmo nível (2,85), e o escalão correspondente aos estudantes do ensino superior com mais de 35 anos com o nível mais baixo (2,35). No entanto, as diferenças não são significativas que comprovem que há diferenças de dependência entre os escalões etários, uma vez que as variâncias são homogêneas ($p > 0,05$) e as diferenças não são estatisticamente significativas ($F(3) = 1,72$; $p > 0,05$) (anexo XI).

Relacionou-se também o tempo médio diário que os estudantes do ensino superior utilizam o *Facebook* e o nível de dependência para com esta rede social. Através da análise de variância simples paramétrica – ANOVA, observou-se que as variâncias eram homogêneas ($p > 0,05$). No entanto, no teste ANOVA rejeitou-se a hipótese nula ($p = 0,000$), o que evidencia que pelo menos um intervalo de tempo apresentava valores médios significativamente diferentes dos restantes (anexo XII). Uma vez que as variâncias eram homogêneas ($p > 0,05$) fez-se o teste de *Scheffe* (anexo XIII), de onde se pode observar que os estudantes do ensino superior que vão ao *Facebook* menos de 1 hora por dia têm a média mais baixa (2,38) que evidencia um nível baixo de dependência do *Facebook*, e é o intervalo com um valor médio significativamente

diferente dos restantes. Os intervalos “mais de 4 horas”, “entre 2 e 3 horas”, e “entre 3 e 4 horas”, apresentam semelhanças significativas entre si, e ambos têm um nível superior a 3, o que representa um nível de dependência do *Facebook* moderado. As diferenças são estatisticamente significativas ($F(4)=12,57$; $p > 0,05$) (anexo XII e XIII).

5.4. Dependência do Facebook dos Estudantes do Ensino Superior e a produtividade escolar

H2 - Os estudantes do ensino superior com menor produtividade escolar apresentam um valor mais elevado de dependência.

A segunda hipótese deste estudo consistia em verificar se os estudantes do ensino superior com produtividade mais baixa apresentam um nível de dependência do *Facebook* maior. Neste estudo mediu-se a produtividade escolar através da média escolar do nível de formação.

Observou-se que os alunos com média escolar entre 10 e 13 valores apresentaram um nível médio de dependência do *Facebook* (2,95); os estudantes do ensino superior com média de curso entre 14 e 16 valores apresentam média de dependência do *Facebook* (2,79); e os estudantes do ensino superior com média de curso entre 17 e 20 valores apresentaram um nível médio (2,91) (anexo XIV). No entanto, as variâncias demonstraram-se homogéneas ($p > 0,05$) e as diferenças não se demonstraram estatisticamente significativas ($F(2)=0,94$; $p > 0,05$) (anexo XIV), não sendo confirmada a hipótese.

5.5. Dependência do *Facebook* dos Estudantes do Ensino Superior e os Smartphones

H3 – Os estudantes do ensino superior que acessam ao *Facebook* através do seu *smartphone* têm um nível de dependência do *Facebook* mais elevado do que os estudantes do ensino superior que têm *smartphone* mas não acessam ao *Facebook* através do mesmo.

Os *smartphones* são cada vez mais utilizados. 66,8% dos estudantes do ensino superior que responderam ao inquérito deste estudo já possuem um, e 84,4% afirmam aceder ao *Facebook* através do mesmo (anexo V). Neste sentido foi relacionado se o acesso ao *Facebook* através de *smartphone* influencia o nível de dependência em relação a esta rede social.

Ao testar a terceira hipótese deste estudo observou-se que os estudantes do ensino superior que possuem um *smartphone* e acessam ao *Facebook* através do mesmo apresentavam um valor de média do nível de dependência de 2,81, e os estudantes do ensino superior que detêm um *smartphone* mas não acessam ao *Facebook* através do mesmo, o nível 2,57. No entanto, também não se verificaram diferenças estatisticamente significativas ($t(177,00) = 1,35$; $p > 0,05$) (anexo XV) que comprovassem a hipótese.

Relacionou-se também o nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior com o tempo médio diário de utilização desta rede social através de *Smartphone*. Verificou-se que os estudantes do ensino superior que utilizam *Facebook* entre 1 e 2 horas apresentam um nível de dependência de valor 3,21. No entanto, a amostra correspondente a este valor é de pequena dimensão (N=20). A maior parte

dos inquiridos (N=122) que acede ao Facebook através do *smartphone*, fá-lo menos de 1 hora por dia, e tem um nível de dependência do Facebook de 2,75 (anexo XVI).

Os resultados também não apresentaram diferenças significativas que evidenciem que o tempo de utilização do *Facebook* através de um *smartphone* está relacionado com o nível de dependência desta rede social, uma vez que as variâncias demonstraram-se homogéneas ($p > 0,05$) e as diferenças não são estatisticamente significativas ($F(3)=1,65; p>0,05$) (anexo XVI).

6. Conclusão

Neste estudo exploram-se os comportamentos dos estudantes do ensino superior no Facebook através do modelo criado por Thadani & Cheung (2011). Através deste modelo, e dos seus factores de primeira e segunda ordem, analisaram-se estes comportamentos no contexto da dependência de forma de testar as três hipóteses provenientes da revisão de literatura e da motivação para fazer este estudo que surgiu do interesse pessoal nos comportamentos dos utilizadores do *Facebook*.

Através do teste da primeira hipótese: “Os estudantes do ensino superior são dependentes do *Facebook*”, observou-se que os estudantes do ensino superior apresentam, na sua generalidade, uma média de valor 2,83. Apesar de ainda não atingir o valor que corresponde ao nível 3 de dependência do *Facebook* que evidencia um início de um relação de dependência, está próximo, o que será uma motivação para que em futuros estudos se analise a evolução deste nível.

Através do resultado apresentado procedeu-se à exploração de eventuais diferenças de dependência entre sexos e também entre os diferentes escalões etários, mas os resultados não evidenciaram diferenças que comprovassem qualquer relação entre o nível de dependências e estas características.

Após estas evidências testou-se se o nível de dependência apresenta diferenças significativas consoante o número de horas médio por dia que os estudantes do ensino superior utilizam o *Facebook*.

Através do estudo desta relação, detectou-se que os estudantes que utilizam o *Facebook* entre 2 e 3 horas, entre 3 e 4 horas, e mais de 4 horas, apresentam um nível de dependência do *Facebook* mais elevado o que, nestes casos, já é considerado um

nível de dependência moderado, uma vez que o nível em cada um dos casos atinge o valor 3. Verificou-se que as diferenças são estatisticamente significativas, o que comprova que há relação entre o tempo que se acede ao Facebook e o nível de dependência.

Como segunda hipótese a ser estudada, procurou-se avaliar se os estudantes do ensino superior com menor produtividade escolar tinham um nível mais elevado de dependência do *Facebook*. Para medir a produtividade escolar escolheu-se a média escolar do nível de formação. Após a análise dos resultados, não se verificaram diferenças significativas que comprovassem que os alunos com menor produtividade escolar têm um nível de dependência maior. No entanto, observou-se que os estudantes do ensino superior com média de curso entre 10 e 13 valores apresentavam um nível de dependência do *Facebook* de valor 2,95, superior à dos outros dois grupos, o que tornará interessante num futuro estudo com uma amostra mais alargada verificar se as diferenças serão estatisticamente significativas e qual o nível de dependência destes alunos.

Como terceira hipótese de estudo, pretendia-se analisar se os estudantes do ensino superior detentores de um *smartphone* e que acedem ao *Facebook* através do mesmo, apresentavam um nível de dependência mais elevado do que os estudantes do ensino superior que têm *smartphone* mas não acedem ao *Facebook*. Verificou-se que as diferenças não eram estatisticamente significativas, não comprovando a hipótese. No entanto, observou-se que os estudantes do ensino superior que acedem ao *Facebook* através dum *smartphone* apresentaram um valor de dependência mais elevado (2,81) do que os estudantes do ensino superior que detêm um *smartphone* mas não acedem

ao *Facebook* através do mesmo (2,57), o que tornará interessante num futuro estudo voltar a analisar esta hipótese.

Após a verificação da hipótese, explorou-se de forma mais aprofundada a relação de posse de um *smartphone* e o acesso ao *Facebook* através do mesmo, e o nível de dependência do *Facebook*. Relacionou-se o nível de dependência do *Facebook* dos estudantes do ensino superior com o tempo de utilização a esta rede social através de *Smartphone*. A maior parte dos inquiridos (N=122) acede ao *Facebook* menos de uma hora por dia e apresentam um nível baixo de dependência para com esta rede social (2,75). Evidenciou-se que os estudantes do ensino superior que acedem entre 1 e 2 horas por dia apresentam um nível de dependência mais elevado considerado moderado (3,21), mas correspondem a um número pequeno da amostra (N=20). Mas mais uma vez não se verificaram diferenças significativas nos resultados que relacionem o tempo de utilização do *Facebook* através de um *smartphone* com a dependência desta rede social uma vez que as variâncias são homogéneas e as diferenças não são estatisticamente significativas.

O *Facebook* faz parte das rotinas dos estudantes do ensino superior e são cada vez mais aqueles que acedem a esta rede social através de um *smartphone*, tornando-a ainda mais ubíqua.

Com este estudo procurou analisar-se um conjunto de comportamentos digitais dos estudantes do ensino superior, a sua dependência ou não em relação às redes sociais, com o intuito de analisar até que ponto esta relação se encontrava num nível que pudesse prejudicar a vida académica, social e pessoal dos estudantes.

Como se constatou, a relação dos estudantes do ensino superior e o *Facebook* ainda não se encontra num nível de dependência evidente. No entanto alguns dados como o tempo médio diário de utilização do *Facebook* indiciam uma relação de dependência.

O facto da amostra não ser probabilística e não poder ser generalizada para a população em geral, e por grande parte dos dados não demonstrarem diferenças significativas, torna interessante e uma motivação para que se faça um estudo com uma amostra maior e probabilística, no sentido de analisar e comparar com os resultados deste investigação.

Este estudo enriquece a teoria sobre os comportamentos e dependência dos utilizadores do *Facebook*. É uma fonte de informação para os professores conhecerem melhor os seus alunos, e para as empresas, marcas e agências com estratégias e serviços digitais, conhecerem os comportamentos do que pode ser o seu público alvo. Será uma mais valia para criação de campanhas no *Facebook* e estratégias digitais, e academicamente será uma base para que no futuro se façam outros estudos relacionados com esta temática, e onde estes resultados podem ser utilizados para comparações ou como ponto de partida de um estudo que pode ser generalizado para a população em geral.

7. Limitações e pistas para investigação futura

Em termos de limitações, refiro a dificuldade em encontrar estudos e dados académicos sobre a dependência do *Facebook*.

Neste estudo surgiram também algumas dúvidas sobre a reação que os estudantes do ensino superior poderiam ter às questões relacionadas com os itens do modelo de Thadani e Cheung, uma vez os inquiridos por serem jovens podem sentir-se pouco à vontade, pouco motivados, e terem pouca maturidade para responder com sinceridade e imparcialidade às questões. Talvez por isso alguns dos questionários não tenham sido concluídos.

Pretende-se que este estudo sirva de base informativa para futuras investigações sobre esta temática podendo-se, por exemplo, efectuar um estudo comparativo com a geração *Millenium* que em breve chegará à universidade. Os seus comportamentos serão diferentes pela influência que a envolvente tecnológica teve nos mesmos.

Poder-se-á inclusive, efectuar um estudo com uma amostra representativa da população portuguesa para se obter informação mais precisa sobre os comportamentos da população em geral.

Com a evolução tecnológica surgiram também objectos que permitem o fácil acesso ao *Facebook* de uma forma mais prática e em qualquer lugar. Não só o *smartphone* o permite, mas também os *tablets*, e até as máquinas do ginásio (e.g. passadeira para correr) que já estão preparadas para que se aceda ao *Facebook* durante a prática desportiva. Assim numa futura investigação, poderá estudar-se a dependência dos utilizadores/estudantes do ensino superior do *Facebook* por objecto de acesso.

Referências Bibliográficas

- Ahmad, A. (2011). A Short Description of Social Networking Websites And Its Uses. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 2, 124-128.
- All in 1 Social (2013). *Facebook Statistics for Portugal* [WWW] ALL IN 1 SOCIAL. Disponível em: http://www.allin1social.com/facebook/country_stats/portugal [Acesso em: 12-07-2013].
- American Psychiatric Association (1980). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (3rd ed.), *Disorders of Impulse Control not Elsewhere Classified* (pp.291-298). Washington DC: American Psychiatric Press.
- Anderson, P. (2007). What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. *JISC Technology & Standards Watch*.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale 1,2. *Psychological Reports*, 110, 501-517.
- Bjorvatn B., & Pallesen, S. (2009). A practical approach to circadian rhythm sleep disorders. *Sleep Medicine Reviews*. , 13, 47-60.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18, 553-575.

- Carver, C. S. & White, T. L. (1994). Behavioural inhibition, behavioural activation, and affective responses to impending reward and punishment: the BIS/BAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 67, 319-333.
- Cassavoy, L. (2013). *What Is a Smartphone?* [WWW]. Disponível em: http://cellphones.about.com/od/glossary/g/smart_defined.htm. (Acesso: 24-07-2013).
- Chen, B. & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091-2099.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P.Y. & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.
- Constantinides, E. & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9, 231-244.
- Cooke, M. & Buckley, N. (2008). Web 2.0, social networks and the future of market research. *International Journal of Market Research*, 50, 267-292.
- Costa, P. T. & Macrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO FFI): Professional Manual*, Psychological Assessment Resources.
- Das, D. B. & Sahoo, J. S. (2011). Social Networking Sites – A Critical Analysis of Its Impact on Personal and Social Life. *International Journal of Business and Social Science*, 2, 222-228.

- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, Artigo 1. (Retirado <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>).
- Figueiredo, C. (2013). *Q2 2013: Electrodomésticos voltam a cair* [WWW], Agosto 2013. Lisboa: GfK Consumer Choices. Disponível em: <http://www.gfk.com/temax/western-europe/Pages/portugal.aspx>. [Acesso em: 18-08-2013].
- Goodman, M. D. A. (1990). Addiction: definition and implications. *British Journal of Addiction*, 85, 1403-1408.
- Griffiths, M. D. (1996). Nicotine, tobacco and addiction. *Nature*, 384, 18.
- Griffiths, M. D. (1999). Internet addiction: Fact or fiction? *British Psychological Society*, 12, 246-250.
- Gross, R. & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society*. Alexandria, VA, USA: ACM.
- Hei-man, T. (2008). An Ethnography of Social Network in Cyberspace: The Facebook Phenomenon. *The Hong Kong Anthropologist*, 2, 53-77.
- Hollander, E., Baker, B. R., Kahn, J. & Stein, D. J. (2006). Conceptualizing and Assessing Impulse-Control Disorders. Em American Psychiatric Publishing, Inc. (Ed.) *Clinical Manual of Impulse-Control Disorders* (1st ed)., 1-18. Disponível em:

- http://books.google.pt/books?id=u2wVP8KJJtcC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. [Acesso em: 18-04-2013].
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook® and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237-1245.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Marketing Charts (2013). *3 in 4 Young Smartphone Owners Check Their Devices As Soon As They Wake Up* [WWW] Marketing Charts. Disponível em: <http://www.marketingcharts.com/wp/interactive/3-in-4-young-smartphone-owners-check-their-devices-as-soon-as-they-wake-up-28204/> [Acesso em: 25-07-2013].
- Marketing Charts (2013). *Smartphone Addiction: 7 in 10 Adult Owners Keep Them Close Most of the Time* [WWW] Marketing Charts. Disponível em: <http://www.marketingcharts.com/wp/interactive/smartphone-addiction-7-in-10-keep-them-close-at-all-times-34956/>. [Acesso em: 25-07-2013].
- Marks, I. (1990). Behavioural (non-chemical) addictions. *British Journal of Addiction*, 85, 1389-1394.
- Miele, G. M., Tilly, S. M., First, M. & Frances, M. A. (1990). The definition of dependence and behavioural addictions. *British Journal of Addiction*, 85, 1421-1423.

- Miranda, L., Morais, C., Alves, P. & Dias, P. (2010). Redes Sociais: Utilização por Alunos do Ensino Superior. *Artigo apresentado no XV Congresso Internacional de Tecnologias para la Educación y el Conocimiento*. Madrid, Espanha. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10198/3041>.
- Mislove, A., Marcon, M., Gummadi, K. P., Druschel, P. & Bhattacharjee, B. (2007). Measurement and Analysis of Online Social Networks. Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement, New York. 29-42.
- Morais, C., Miranda, L., Alves, P. & Dias, P. (2011). Actividades desenvolvidas nas redes sociais por estudantes do ensino superior. Artigo apresentado na *VII Conferência Internacional de TIC na Educação*. Braga: Universidade do Minho, Centro de Competência. p. 1535-1546. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10198/5157>
- Naik, U. & Shivalingaiah, D. (2008). Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. *International CALIBER*, 6, 499-507.
- Netsonda (2011). *Face to Facebook* [WWW] Novembro 2011. Lisboa: NETSONDA. Disponível em: http://www.netsonda.pt/not_noticias_detail.php?aID=1693. [Acesso:04-06-2013].
- Nurcahyo, B., Kowanda, A. & Nur'Ainy, R. (2009). Inside Facebook: A prospective Marketing Channel. *Artigo apresentado na International Conference on Administration and Business, Faculty of Administration and Business, University of Bucharest*. Bucareste.
- O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies*, 65, 17-37.

- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. & Orr, R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers Human Behaviour*, 25, 578-586.
- Singh, K. P., Gulati, B. & Gulati, D. (2011). Technological March from Web 1.0 to Web 3.0: A Comparative Study. *Library Herald*, 49, 146-157.
- Thadani, D. R. & Cheung, C. M. K. (2011). Online Social Network Dependency Theoretical Development and Testing of Competing Models. *Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, 1-9.
- West, R. & Hardy, A. (2005). *Theory of Addiction*, London: Blackwell Publishing Ltd.
- Widyanto, L. & Griffiths, M. (2006). Internet addiction: A critical review. *International Journal of Mental Health and Addiction*. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4, 31-51.
- Wilson, K., Fornasier, S. & White, K. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Network*, 13, 173-177.
- Young, K. S. (1999). Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment. Em L. VandeCreek & T. L. Jackson (Eds.), *Innovations in Clinical Practice*, 17, 19-31, Sarasota: Professional Resource Press.

Anexos

Anexo - I

Tabela 1.1 - Componentes de medição de dependência da Internet de Griffiths

Componentes dependência Internet	Definição
Saliência	Ocorre quando uma actividade particular se torna vital e central na vida, pensamentos e comportamento de um individuo (e.g. mesmo que não estejam online, os utilizadores pensam na próxima vez que estarão).
Alteração de humor	Os indivíduos têm experiências que consideram atraentes, interessantes, que lhes desperta um sentimento de tranquilidade (e.g. passar horas online pode ser visto como um escape).
Tolerância	Só o aumento de determinada actividade permite que se atinja o efeito esperado (e.g. aumento do número de horas passados online).
Abstinência	Sentimentos ou efeitos físicos quando há o término ou redução de uma actividade (e.g. sentimentos de desagrado, insatisfação e irritabilidade, se não acedem à internet).
Conflito	Conflitos entre os indivíduos e quem os rodeia, e nas suas actividades (e.g. trabalho) ou mesmo intrapsíquicos, ou seja sentimentos interiores devido à preocupação que têm com a actividade.
Recaída	Regressões repetidas de padrões recentes de comportamento e, em casos mais extremos de padrões de comportamento antigos, que leva ao retorno da dependência.

Fonte: Adaptado de Griffiths, (1999).

Anexo II
Tabela 1.4. Modelo de Thadani & Cheung

Itens	Factores de Primeira Ordem	Factores de Segunda Ordem
Uso o Facebook para falar quando me sinto isolado.	Alteração de humor	Componente Social
Uso o Facebook para me sentir melhor quando estou em baixo.		
Vou ao Facebook para me sentir melhor quando estou ansioso.		
Sou mais bem tratado no Facebook do que em relações cara-a-cara.	Benefício Social	Componente Social
Sinto-me mais seguro em relacionar-me com os outros no Facebook.		
Sinto-me mais confiante em socializar no Facebook do que pessoalmente.		
Sinto-me mais confortável com pessoas no Facebook do que relações cara-a-cara.		
Sou mais bem tratado no Facebook do que pessoalmente.	Resultados Negativos	Componente Social
Tive problemas na escola por estar no Facebook.		
Já faltei às aulas por estar no Facebook.		
Não sinto que tenha valor nas relações pessoais, mas sou alguém no Facebook.		
Faltei a um evento social por estar no Facebook.	Compulsividade	Componente Interpessoal
Sou incapaz de reduzir o tempo no Facebook.		
Sinto-me culpado pelo tempo que passo no Facebook.		
Já tentei parar de usar o Facebook por longos períodos de tempo.		
Já fiz diversas tentativas para controlar o uso do Facebook.	Tempo Excessivo	Componente Interpessoal
Perco a noção do tempo quando estou no Facebook.		
Já usei o Facebook por mais tempo do que esperava.		
Já gastei muito tempo no Facebook.		
Estou no Facebook há mais tempo do que pretendia.	Privação	Componente Interpessoal
Quando não estou no Facebook, penso no que se está a passar no mesmo.		
Sinto-me perdido se não posso ir ao Facebook.		
É difícil de parar de pensar sobre o que me espera no Facebook.	Controlo Interpessoal	Componente Social
Quando estou no Facebook socializo com outras pessoas sem pensar em como me pareço.		
Quando estou no Facebook socializo com outras pessoas sem me preocupar sobre o compromisso da relação.		
Tenho controlo sobre a percepção que os outros têm de mim no Facebook.		

Fonte: Adaptado de Thadani & Cheung (2011).

Anexo - III - Questionário – Comportamentos dos estudantes do Ensino Superior no Facebook

Página nº1

Este inquérito, para o qual pedimos a sua colaboração tem como objectivo estudar a utilização do Facebook pelos Estudantes do Ensino Superior. Servirá para realizar um estudo no âmbito da dissertação de Mestrado em Marketing do Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTLSe não for estudante do ensino superior e/ou não tiver conta no Facebook não continue com o inquérito.

As respostas são totalmente anónimas e confidenciais e servem apenas para propósitos académicos.

Pede-se que responda com sinceridade, não existindo respostas certas ou erradas.

A realização deste inquérito tem a duração de 5 minutos.

Página nº2

Q.1.É estudante do ensino superior?

- Sim
 Não

Se Não Esta Seleccionado, Então saltar para Fim do inquérito.

Página nº3

Q.2.Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância.(numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Uso o Facebook para falar quando me sinto isolado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso o Facebook para me sentir melhor quando estou em baixo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vou ao Facebook para me sentir melhor quando me sinto ansioso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº4

Q.3.Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância.(numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Sou mais bem tratado no Facebook do que em relações cara-a-cara.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me mais seguro em relacionar-me com os outros no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me mais confiante em socializar no Facebook do que pessoalmente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me mais confortável com as pessoas no Facebook do que em relações cara-a-cara.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou mais bem tratado no Facebook do que em relações offline.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº5

Q.4. Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Tive problemas na escola por estar no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já faltei às aulas por estar no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não sinto que tenha valor nas relações pessoais, mas sou alguém no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Faltei a um evento social por estar no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº6

Q.5. Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente).

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Quando estou no Facebook socializo com as pessoas sem pensar em como me pareço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando estou no Facebook socializo com as pessoas sem me preocupar sobre o compromisso da relação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho controlo sobre a percepção que os outros têm de mim no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº7

Q.6. Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente).

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Perco a noção do tempo quando estou no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já usei o Facebook por mais tempo do que esperava.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já gastei muito tempo no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-Estou no Facebook há mais tempo do que pretendia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº8

Q.7. Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Quando não estou no Facebook, penso no que se está a passar no mesmo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me perdido se não posso ir ao Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É difícil de parar de pensar sobre o que me espera no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº9

Q.8. Relativamente às afirmações abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
Sou incapaz de reduzir o tempo no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me culpado pelo tempo que passo no Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já tentei parar de usar o Facebook por longos períodos de tempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já fiz diversas tentativas para controlar o uso do Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Página nº10

Q.9. Neste ano lectivo fez todas as cadeiras do seu curso?

- Sim
 Não

Q.10. Relativamente à afirmação abaixo apresentadas, indique o nível de concordância. (numa escala de discordo completamente a concordo completamente)

	Discordo completamente	Discordo	Discordo um pouco	Não concordo, nem discordo	Concordo um pouco	Concordo	Concordo completamente
A utilização do Facebook melhorou o meu desempenho escolar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q.11. Em média quantas horas por dia utiliza o Facebook ?

- menos de 1 hora
 entre 1 e 2 horas
 entre 2 e 3 horas
 entre 3 e 4 horas
 mais de 4 horas

Página nº11

Q.12. Tem um Smartphone ?

- Sim
 Não

Se Não Esta Seleccionado, Então saltar para Idade

Página nº12

Q.13. Tem algum serviço pago de internet no seu Smartphone ?

- Sim
 Não

Q.14. Acede ao Facebook através do seu Smartphone?

- Sim
 Não

Se Não Esta Seleccionado, Então saltar para Idade.

Página nº13

Q15 Em média durante quanto tempo por dia acede ao Facebook através do seu Smartphone?

- Menos de 1 hora
 entre 1 e 2 horas
 entre 2 e 3 horas
 entre 3 e 4 horas
 mais de 5 horas

Página nº14

Q16 Idade:

Q.17.Sexo:

- Masculino
 Feminino

Q.18.Média escolar actual:

Q19.Situação profissional:

- Estudante
 Trabalhador estudante

Q.20.Nível de Formação em que se encontra:

- Licenciatura
 Pós-Graduação
 Mestrado
 Doutoramento
 MBA

Anexo IV					
Tabela 3.1.Caracterização da Amostra					
Nível de Formação	Frequência	Percentagens %	Situação profissional	Frequência	Percentagem %
Licenciatura	102	38,1	Estudante	155	57,8
Pós-Graduação	12	4,5	Trabalhador estudante	113	42,2
Mestrado	146	54,5	Total	268	100,0
Douturamento	6	2,2	Média Escolar	Frequência	Percentagem %
MBA	2	,7	Entre 10 e 13 valores	60	22,4
Total	268	100,0	Entre 14 e 16 valores	186	69,4
Sexo	Frequência	Percentagem %	Entre 17 e 20 valores	22	8,2
Masculino	115	42,9	Total	268	100,0
Feminino	153	57,1	Neste ano lectivo fez todas as cadeiras do seu curso?	Frequência	Percentagem %
Total	268	100,0	Sim	218	81,3
Idade	Frequência	Percentagem %	Não	50	18,7
Entre 18 e 21 anos	27	10,1	Total	268	100,0
Entre 22 e 26 anos	149	55,6			
Entre 27 e 35 anos	78	29,1			
Mais de 35 anos	14	5,2			
Total	268	100,0			

Anexo V												
Tabela 3.2.Caracterização da amostra - Facebook VS Smartphones												
Tempo médio por dia de acesso ao Facebook	Sexo											
	Masculino				Feminino				Total			
	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %
Menos de 1 hora	37	32,2%	53,6%	13,8%	32	20,9%	46,4%	11,9%	69	25,7%	100,0%	25,7%
Entre 1 e 2 horas	39	33,9%	40,2%	14,6%	58	37,9%	59,8%	21,6%	97	36,2%	100,0%	36,2%
Entre 2 e 3 horas	24	20,9%	50,0%	9,0%	24	15,7%	50,0%	9,0%	48	17,9%	100,0%	17,9%
Entre 3 e 4 horas	6	5,2%	23,1%	2,2%	20	13,1%	76,9%	7,5%	26	9,7%	100,0%	9,7%
Mais de 4 horas	9	7,8%	32,1%	3,4%	19	12,4%	67,9%	7,1%	28	10,4%	100,0%	10,4%
Posse de Smartphone	Sexo											
	Masculino				Feminino				Total			
	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %
Sim	75	65,2%	41,9%	28,0%	104	68,0%	58,1%	38,8%	179	66,8%	100,0%	66,8%
Não	40	34,8%	44,9%	14,9%	49	32,0%	55,1%	18,3%	89	33,2%	100,0%	33,2%
Total	115	100,0%	42,9%	42,9%	153	100,0%	57,1%	57,1%	268	100,0%	100,0%	100,0%
Acesso ao Facebook através de Smartphone	Sexo											
	Masculino				Feminino				Total			
	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %
Sim	63	84,0%	41,7%	23,5%	88	84,6%	58,3%	32,8%	151	84,4%	100,0%	56,3%
Não	12	16,0%	42,9%	4,5%	16	15,4%	57,1%	6,0%	28	15,6%	100,0%	10,4%
Total	75	100,0%	42,9%	42,9%	104	100,0%	57,1%	57,1%	179	100,0%	100,0%	100,0%
Serviço pago de internet no Smartphone	Sexo											
	Masculino				Feminino				Total			
	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %
Sim	56	74,7%	48,3%	31,3%	60	57,7%	51,7%	33,5%	116	64,8%	100,0%	64,8%
Não	19	25,3%	30,2%	10,6%	44	42,3%	69,8%	24,6%	63	35,2%	100,0%	35,2%
Tempo médio por dia de acesso ao Facebook através de Smartphone	Sexo											
	Masculino				Feminino				Total			
	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %	Contagem	Coluna N %	Linha N %	Tabela N %
Menos de 1 hora	53	84,1%	43,4%	35,1%	69	78,4%	56,6%	45,7%	122	80,8%	100,0%	80,8%
Entre 1 e 2 horas	7	11,1%	35,0%	4,6%	13	14,8%	65,0%	8,6%	20	13,2%	100,0%	13,2%
Entre 2 e 3 horas	1	1,6%	20,0%	,7%	4	4,5%	80,0%	2,6%	5	3,3%	100,0%	3,3%
Entre 3 e 4 horas	2	3,2%	50,0%	1,3%	2	2,3%	50,0%	1,3%	4	2,6%	100,0%	2,6%
Mais de 5 horas	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%	0,0%
Total	63	100,0%	41,7%	41,7%	88	100,0%	58,3%	58,3%	151	100,0%	100,0%	100,0%

ANEXO VI

Tabela 3.3. Desempenho escolar e o Facebook

		Frequência	Porcentagem %
Melhoria do desempenho escolar por utilização do Facebook	Discordo completamente	65	24,3
	Discordo	43	16,0
	Discordo um pouco	13	4,9
	Não concordo, nem discordo	102	38,1
	Concordo um pouco	27	10,1
	Concordo	15	5,6
	Concordo completamente	3	1,1
	Total	268	100,0

Anexo VII

Tabela 4.1. Teste de fiabilidade e média dos índices sintéticos de 1ª Ordem

Índices Sintéticos	Itens	Alpha Cronbach's	N	Média	Desvio Padrão
Índice Sintético Alteração de Humor	Uso o Facebook para falar quando me sinto isolado.	0,85	268	2,91	1,54
	Uso o Facebook para me sentir melhor quando estou em baixo.				
	Vou ao Facebook para me sentir melhor quando me sinto ansioso.				
Índice Sintético Benefício Social	Sou mais bem tratado no Facebook do que em relações cara-a-cara.	0,92	268	2,38	1,3
	Sinto-me mais seguro em relacionar-me com os outros no Facebook.				
	Sinto-me mais confiante em socializar no Facebook do que pessoalmente.				
	Sinto-me mais confortável com as pessoas no Facebook do que em relações cara-a-cara.				
	Sou mais bem tratado no Facebook do que em relações offline.				
Índice Sintético Resultados Negativos	Tive problemas na escola por estar no Facebook.	0,7	268	1,39	0,64
	Já faltei às aulas por estar no Facebook.				
	Não sinto que tenha valor nas relações pessoais, mas sou alguém no Facebook.				
	Faltei a um evento social por estar no Facebook.				
Índice Sintético Controlo Interpessoal	Quando estou no Facebook socializo com as pessoas sem pensar em como me pareço.	0,64	268	3,49	1,37
	Quando estou no Facebook socializo com as pessoas sem me preocupar sobre o compromisso da relação.				
	Tenho controlo sobre a percepção que os outros têm de mim no Facebook.				
Índice Sintético Tempo Excessivo	Perco a noção do tempo quando estou no Facebook.	0,85	268	4,73	1,47
	Já usei o Facebook por mais tempo do que esperava.				
	Já gastei muito tempo no Facebook.				
	Estou no Facebook há mais tempo do que pretendia.				
Índice Sintético Privação	Quando não estou no Facebook, penso no que se está a passar no mesmo.	0,85	268	2,04	1,21
	Sinto-me perdido se não posso ir ao Facebook.				
	É difícil de parar de pensar sobre o que me espera no Facebook.				
Índice Sintético Compulsividade	Sou incapaz de reduzir o tempo no Facebook.	0,73	268	2,6	1,29
	Sinto-me culpado pelo tempo que passo no Facebook.				
	Já tentei parar de usar o Facebook por longos períodos de tempo.				
	Já fiz diversas tentativas para controlar o uso do Facebook.				

Anexo VIII

Tabela 4.2. Teste de fiabilidade, média e teste paramétrico para duas amostras emparelhadas dos índices sintéticos de 2ª Ordem

Índices Sintéticos de 2ª Ordem	Itens	Alpha Cronbach's	N	Média	Desvio Padrão
Índice Sintético Componente Social	Índice Sintético Alteração de Humor	0,6	268	2,54	0,83
	Índice Sintético Benefício Social				
	Índice Sintético Resultados Negativos				
	Índice Sintético Controlo Interpessoal				
Índice Sintético Componente Interpessoal	Índice Sintético Tempo Excessivo	0,7	268	3,12	1,05
	Índice Sintético Privação				
	Índice Sintético Compulsividade				
Correlação das amostras emparelhadas	N	Correlação	Sig.		
Índice Sintético Componente Social & Índice Sintético Componente Interpessoal	268	,510	,000		
Teste das amostras emparelhada	Diferenças				
	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio das médias	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
				Mais baixo	Mais alto
Índice Sintético Componente Social & Índice Sintético Componente Interpessoal	-0,58	0,95	0,06	-0,69	-0,47
Índice Sintético Componente Social & Índice Sintético Componente Interpessoal	t	gl	Sig. ("2-tailed")		
	-9,97	267	,000		

Anexo IX

Tabela 4.3. Média do Índice Sintético Global de Dependência

	N	Média	Desvio Padrão
Índice Sintético Global de Dependência	268	2,83	0,82

Anexo X

Tabela 4.4. T-test - Índice Sintético Global de Dependência por Sexo

Estatísticas por Sexo		N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio da média					
Índice Sintético Global de Dependência	Masculino	115	2,80	0,88	0,08					
	Feminino	153	2,86	0,77	0,06					
Teste das amostras independentes		Teste de Levene's para igualdade das variâncias			T-Teste para igualdade das médias					
		F	Sig.	t	gl	Sig. ("2-tailed")	Diferença da média	Erro de desvio da diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
Índice Sintético Global de Dependência	Assume-se a igualdade das variâncias	2,44	0,12	-0,55	266,00	0,58	-0,06	0,10	-0,26	0,14
	Não se assume a igualdade das variâncias			-0,54	227,38	0,59	-0,06	0,10	-0,26	0,15

Anexo XI

Tabela 4.5. Análise de Variância simples paramétrica --ANOVA - Índice Sintético Global de Dependência e Escalões Etários

Descritivos								
Idade	N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio	95% Intervalo de Confiança para a média		Mínimo	Máximo
					Mais Baixo	Mais Alto		
18-21 anos	27	2,85	0,81	0,16	2,53	3,17	1,71	4,50
22-26 anos	149	2,87	0,83	0,07	2,73	3,00	1,00	5,46
27-35 anos	78	2,85	0,78	0,09	2,67	3,02	1,42	4,72
Mais de 35 anos	14	2,35	0,91	0,24	1,83	2,88	1,00	4,23
Total	268	2,83	0,82	0,05	2,73	2,93	1,00	5,46
Teste de homogeneidade das variâncias								
Estatística de Levene	gl1	gl2	Sig.					
0,26	3	264	0,86					
ANOVA								
	Soma dos quadrados	gl	Quadrado da Média	F	Sig.			
Entre Grupos	3,44	3	1,15	1,72	0,16			
Dentro de Grupos	176,45	264	0,67					
Total	179,89	267						

Anexo XII

Tabela 4.6. Análise de Variância simples paramétrica --ANOVA - Índice Sintético Global de Dependência e Tempo Médio Diário de utilização do Facebook

Descritivos								
Utilização média do Facebook por dia	N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio	95% Intervalo de Confiança para a média		Minimo	Maximo
					Mais Baixo	Mais Alto		
Menos de 1 hora	69	2,38	0,78	0,09	2,19	2,56	1,00	4,39
1-2 horas	97	2,79	0,66	0,07	2,65	2,92	1,50	4,72
2-3 horas	48	3,19	0,77	0,11	2,97	3,41	1,63	5,46
3-4 horas	26	3,02	0,76	0,15	2,72	3,33	1,54	4,52
Mais de 4 horas	28	3,34	0,98	0,19	2,96	3,72	1,00	4,97
Total	268	2,83	0,82	0,05	2,73	2,93	1,00	5,46
Teste de homogeneidade das variâncias								
Estatística de Levene	gl1	gl2	Sig.					
1,885	4	263	0,11					
ANOVA								
	Soma dos quadrados	gl	Quadrado da Média	F	Sig.			
Entre Grupos	28,87	4	7,219	12,57	,000			
Dentro de Grupos	151,01	263	,574					
Total	179,89	267						

Anexo XIII

Tabela 4.7. Teste Post Hoc - Scheffe - Índice Sintético Global de Dependência e Tempo Médio Diário de utilização do Facebook

Utilização média do Facebook por dia		Diferença da Média (I-J)	Erros de Desvio	Sig.	95% Intervalo de Confiança	
					Mais Baixo	Mais Alto
Menos de 1 Hora	1-2 horas	-0,41	0,12	0,02	-0,78	-0,04
	2-3 horas	-0,81	0,14	0,00	-1,26	-0,37
	3-4 horas	-0,65	0,17	0,01	-1,19	-0,11
	Mais de 4 horas	-0,96	0,17	0,00	-1,49	-0,44
1-2 horas	Menos de 1 Hora	0,41	0,12	0,02	0,04	0,78
	2-3 horas	-0,40	0,13	0,06	-0,82	0,01
	3-4 horas	-0,24	0,17	0,73	-0,76	0,28
	Mais de 4 horas	-0,55	0,16	0,02	-1,06	-0,05
2-3 horas	Menos de 1 Hora	0,81	0,14	0,00	0,37	1,26
	1-2 horas	0,40	0,13	0,06	-0,01	0,82
	3-4 horas	0,17	0,18	0,94	-0,41	0,74
	Mais de 4 horas	-0,15	0,18	0,95	-0,71	0,41
3-4 horas	Menos de 1 Hora	0,65	0,17	0,01	0,11	1,19
	1-2 horas	0,24	0,17	0,73	-0,28	0,76
	2-3 horas	-0,17	0,18	0,94	-0,74	0,41
	Mais de 4 horas	-0,31	0,21	0,68	-0,95	0,33
Mais de 4 horas	Menos de 1 Hora	0,96	0,17	0,00	0,44	1,49
	1-2 horas	0,55	0,16	0,02	0,05	1,06
	2-3 horas	0,15	0,18	0,95	-0,41	0,71
	3-4 horas	0,31	0,21	0,68	-0,33	0,95

Anexo XIV

Tabela 4.8. Análise de Variância simples paramétrica –ANOVA - Índice Sintético Global de Dependência e Média Escolar

Descritivos						
Média Escolar	N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio	95% Intervalo de Confiança para a Média	
					Mais baixo	Mais alto
10-13 valores	60	2,95	0,77	0,10	2,75	3,15
14-16 valores	186	2,79	0,82	0,06	2,67	2,91
17-20 valores	22	2,91	0,91	0,19	2,51	3,31
Total	268	2,83	0,82	0,05	2,73	2,93
Teste de Homogeneidade das Variâncias						
Estadísticas Levene	gl1	gl2	Sig.			
0,51	2	265,00	0,60			
ANOVA						
	Soma dos quadrados	gl	Média do quadrado	F	Sig.	
Entre grupos	1,27	2,00	0,63	0,94	0,39	
Dentro dos grupos	178,62	265,00	0,67			
Total	179,89	267,00				

Anexo XV

Tabela 4.9. T-Test – Relação entre Índice Sintético Global de Dependência e Posse e Acesso ao Facebook através de Smartphone

Acesso ao Facebook através de Smartphone.		N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio da média					
Índice Sintético Global de Dependência	Sim	151	2,81	0,86	0,07					
	Não	28	2,57	0,78	0,15					
Teste de Amostras Independentes		Teste de Levene's para igualdade		t-test para igualdade das médias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. ("2-tailed")	Diferença da média	Erro de desvio da diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
Índice Sintético Global de Dependência	Assume-se a igualdade das variância	0,10	0,75	1,35	177,00	0,18	0,24	0,17	-0,11	0,58
	Não se assume a igualdade das variância			1,45	40,23	0,16	0,24	0,16	-0,09	0,57

Anexo XVI

Tabela 4.10.T-Test – Análise de Variância simples paramétrica - ANOVA - I.S.Dependência e tempo médio de acesso ao *Facebook* por dia através de Smartphone

Tempo	N	Média	Desvio Padrão	Erro de desvio	95% Intervalo de Confiança para a média		Mínimo	Máximo
					Mais Baixo	Mais Alto		
Menos de 1 hora	122	2,75	0,82	0,07	2,60	2,90	1,33	4,72
Entre 1 e 2 horas	20	3,21	0,88	0,20	2,80	3,62	2,00	5,46
Entre 2 e 3 horas	5	2,74	1,61	0,72	0,74	4,75	1,00	4,97
Entre 3 e 4 horas	4	2,75	0,84	0,42	1,41	4,10	1,54	3,44
Total	151	2,81	0,86	0,07	2,67	2,95	1,00	5,46

Teste de Homogeneidade das Variâncias			
Estadísticas de Levene	gl1	gl2	Sig.
2,378	3	147	,072

ANOVA					
	Soma dos quadrados	gl	Quadrado da Média	F	Sig.
Entre Grupos	3,62	3,00	1,21	1,65	0,18
Dentro de Grupos	107,70	147,00	0,73		
Total	111,33	150,00			