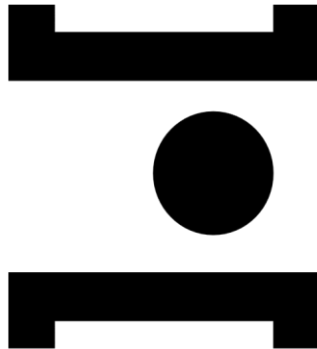


INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM
Escola Superior de Educação de Santarém



**POLITÉCNICO
DE SANTARÉM**

**Conexões Digitais: O Perfil Social dos Estudantes do 1º ano da
Licenciatura de Produção Multimédia em Educação da Escola Superior de
Educação de Santarém**

Dissertação

Mestrado em Recursos Digitais em Educação

André Luís dos Santos Belchior Saraiva

Orientação:

Maria da Costa Potes Franco Barroso Santa Clara Barbas

setembro, 2025

Dedicatória

“O sucesso é a soma de pequenos esforços - repetidos dia sim, e no outro dia também.”

Robert Collier

Agradecimentos

Quero agradecer e dedicar este trabalho a todos os que de alguma forma fizeram parte desta caminhada e que, com apoio e força e carinho tornaram este momento possível.

Aos meus avós José e Feliciano que investiram e acreditaram em mim e no meu futuro, ensinaram-me que o conhecimento é uma das armas mais importantes que o ser humano pode ter.

Aos meus pais, Aimoré e Luísa, com quem partilhei não só esta jornada, mas também as tempestades, os desafios, os medos e mesmo nos momentos difíceis sempre estiveram ao meu lado. Eles mostraram-me que a verdadeira força está presente naqueles que nunca nos deixam sozinhos. A vossa presença e cumplicidade forma sem dúvida essenciais para que pudesse chegar aqui.

À minha namorada, Mariana que não foi somente uma companheira, mas um pilar de apoio, uma fonte de carinho e motivação. Nos momentos de dúvida foi sem dúvida a voz da calma. Obrigado pelas palavras de conforto por cada incentivo e por acreditares em mim mesmo quando eu não acreditava. Tornaste esta caminhada mais leve.

À minha amiga e chefe, Maria João Silva, e toda a equipa do DED da Câmara Municipal de Cascais que me proporcionaram as condições para conciliar o trabalho com os estudos. Desde o primeiro dia foram incríveis, acolhendo-me num ambiente descontraído, divertido e cheio de companheirismo. Levo comigo não só a experiência profissional, mas também a amizade um grupo que se tornou essencial durante esta jornada.

A todos vocês, a minha eterna gratidão. Este trabalho de alguma forma também é vosso.

Acrónimos/Siglas

IP Santarém – Instituto Politécnico de Santarém

ESES – Escola Superior de Educação de Santarém

PME – Produção Multimédia em Educação

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

RA – Realidade Aumentada

RV - Realidade virtual

Resumo

As redes sociais ao longo dos últimos anos tornaram-se um elemento fundamental na vida da nossa sociedade moderna e contemporânea, revolucionando a comunicação entre os indivíduos. Este estudo tem como objetivo traçar o perfil dos alunos do primeiro ano da Licenciatura de Produção Multimédia em Educação da Escola Superior de Educação de Santarém, através da análise dos padrões de utilização das redes sociais. A investigação assume uma relevância particular uma vez que, uma vez que estas plataformas para além de meios de comunicação, são também ferramentas que influenciam a aprendizagem, a socialização e o desenvolvimento pessoal.

A compreensão destes padrões pode ser uma mais-valia para formular políticas educativas eficazes, ajudar a desenvolver estratégias que maximizem os benefícios e minimizem os riscos associados à utilização de redes sociais, bem como para fornecer *insights* aos docentes sobre a melhor integração das Tecnologias de Informação e Comunicação no ambiente educativo.

O estudo tem como principal foco identificar tendências e preferências no uso das redes sociais entre os estudantes. De acordo com o autor Simon Kemp, no relatório *Hootsuite e We are Social (2023)* mais de 4,76 biliões de pessoas no mundo utilizam as redes sociais, o que representa aproximadamente 59,4% da população mundial.

A investigação segue uma metodologia que inclui a aplicação de questionários para recolha de dados sobre plataformas mais populares entre os alunos, os diferentes fins para os quais são utilizadas e o impacto na rotina académica

Os resultados deste estudo poderão contribuir para um maior entendimento do comportamento digital dos estudantes e ajudar a propor estratégias para um uso mais consciente e benéfica destas plataformas.

Palavras-chave: Redes Sociais, Digital, PME, TIC, Padrões de Utilização, Aprendizagem, Socialização, Comunicação, Estratégias, Estudantes

Abstract

In the last two years, social networks have become a fundamental element in the life of our modern society, revolutionizing communication between individuals. This study aims to outline the profile of first-year Multimedia Production students in Education at the Higher School of Education of Santarém through the analysis of the use, frequency, and preferences on these social media platforms. The research is particularly relevant, as these platforms, in addition to other means of communication, are also tools that influence learning, socialization, and personal development.

Understanding these parents can be most valuable in formulating effective educational policies, helping to develop strategies that maximize the benefits and minimize the risks associated with the use of social networks, as well as providing insight to teachers about the better Integration of Information and Technologies Communication in the educational environment.

The focus of the study is to identify trends and preferences in the use of social networks among students. According to author Simon Kemp, the report Hootsuite and We are Social (2023) more than 4,76 billion people around the world use social networks, which represents approximately 59,4% of the world population.

The research follows a methodology that includes the application of questionnaire to collect data on the most popular platforms among students, the different purposes for which they are used and the impact on the academic routine.

The results of this study could contribute to a greater understanding of the digital behavior of students and help provide strategies for more conscious and beneficial use of these platforms.

Key-words: *Social Networks, Digital, PME, ICT, User Pads, Learning, Socialization, Communication, Strategies, Student*

Índice

Resumo	V
<i>Abstract</i>	VI
Índice de Figuras	IX
Introdução.....	1
Objetivos do estudo	1
Objetivos Específicos.....	2
Estrutura do trabalho	2
Estado da Arte	3
Revisão da Literatura.....	5
PARTE I.....	5
1.1 Evolução e História das Redes Sociais	5
PARTE II.....	7
2.1 O uso das redes sociais pelos Jovens e Estudantes	7
2.2 Tendências e Transformações nas Redes Sociais	8
2.3 Cenário Nacional e Global.....	9
PARTE III.....	12
Metodologia	12
3.1 Questionário e Análise de Resultados	12
3.1.1 Perfil dos Participantes e Uso das Redes Sociais	12
As Motivações, Comportamentos e Impacto no Bem - Estar.....	13
A Privacidade, Preferências e Uso Académico.....	13
A Publicidade e Influenciadores	14
A Tipologia e Abordagem Metodológica	14
3.1.2 Análise e Interpretação de Dados:.....	15
Parte IV.....	16
Análise e Discussão de Dados	16

4.1 Metodologia do Estudo: Aplicação de Questionários, Tratamento e Interpretação de Dados"	16
4.2 Bloco I: Plataformas e Tempo de Uso	17
4.2.1 Identificação das Plataformas Mais Populares	17
4.2.2 Análise de Uso das Redes Sociais	18
4.2.3 Dispositivos mais utilizados no acesso às Redes Sociais.....	18
4.3 Bloco II: Hábitos e Motivações	19
4.3.1 Objetivos de Uso	19
4.3.2 Conteúdos Preferidos	20
4.3.3 Frequência de Publicações	21
4.4 Bloco III: Uso Académico e Profissional	21
4.4.1 Uso Académico	21
4.4.2 Seguir conteúdos Relacionados ao Curso.....	22
4.5 Bloco IV: Perceção e Consciência.....	23
4.5.1 Preocupação com a Privacidade <i>Online</i>	23
4.6 O Perfil do Estudante: Análise Global.....	24
4.6.1 O Uso das Redes Sociais e Preferências Digitais	24
4.6.2 O Comportamento Académico e Privacidade <i>Online</i>	24
4.6.3 Em Síntese e Interpretação do Perfil Estudantil.....	24
4.7 De acordo com os objetivos da pesquisa:	25
4.8 É de realçar algumas Implicações e Recomendações para o Ensino.....	26
Parte V	27
5.1 Conclusão.....	27
5.2 Referências Bibliográficas.....	31

Índice de Figuras

Figura 1 – Redes Sociais mais utilizadas.....	17
Figura 2 - Tempo médio diário nas redes sociais.....	17
Figura 3 – Dispositivos mais utilizados	18
Figura 4 - Principal objetivo do uso das redes sociais.....	19
Figura 5 - Conteúdo mais utilizado.....	20
Figura 6 - Frequência de publicações	20
Figura 7 - Redes sociais para fins académicos	21
Figura 8 - Conteúdos relacionados com a Licenciatura de PME	22
Figura 9 - Preocupação com a privacidade online	23

Introdução

As redes sociais, têm-se tornado um elemento fundamental na vida contemporânea, estas têm revolucionado a forma de comunicação e interação nos tempos recentes. Como tal, este estudo visa traçar o perfil dos alunos do primeiro ano da Licenciatura de Produção Multimédia em Educação da Escola Superior de Educação de Santarém. Esta pesquisa é particularmente relevante na medida em que as redes sociais não são somente ferramentas de comunicação, mas também plataformas que influenciam a aprendizagem, a socialização e o próprio desenvolvimento pessoal.

Compreender estes padrões pode ser muito enriquecedor.

No auxílio da formação de políticas educativas mais eficazes e de acordo com as necessidades dos estudantes.

Na contribuição para desenvolver estratégias que consigam maximizar os benefícios e minimizem os riscos associados na utilização de redes sociais.

No fornecimento de *Insights* valiosos para os docentes e melhores formas de integração das TIC em sala de aula.

Para dar resposta a estes objetivos construímos um documento que se divide em 5 partes indo desde a Parte I até à Parte V.

Objetivos do estudo

O objetivo principal deste estudo é traçar um perfil do utilizador do uso de redes sociais dos alunos do primeiro ano da Licenciatura de PME da ESES. Através deste objetivo pretende-se identificar tendências e preferências na utilização deste tipo de plataformas. Este estudo pode significar uma mais-valia para a comunidade académica uma vez que fornece *insights* valiosos sobre uso e hábitos digitais nas redes sociais.

Segundo Simon Kemp no relatório “*Hootsuite*” e “*We Are Social*” (2023) mais de 4.76 bilhões de pessoas no mundo são utilizadores de redes sociais este número representa aproximadamente 59.4 % da população mundial.

Objetivos Específicos

Aplicar Estudo: Colocar o questionário em ação, será o primeiro passo, mas também o mais importante.

Identificar as plataformas mais populares: Determinar quais as redes sociais mais utilizadas pelos alunos de primeiro ano da Licenciatura de PME.

Analisar o uso das redes sociais: Examinar como os alunos utilizam as redes sociais diferentes fins.

Estrutura do trabalho

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. A primeira parte, foi dedicada à Revisão de Literatura, aborda a evolução das redes sociais, destacando como esta se tornaram populares, especialmente entre jovens populares. A segunda parte, foca a caracterização dos Estudantes do IP Santarém, apresenta o perfil dos alunos que frequentam o 1º ano da Licenciatura de PME da ESES, mostrando assim um panorama sociodemográfico e hábitos de utilização das redes sociais. Na terceira parte, os métodos de recolha de dados utilizados no estudo, garantindo a fiabilidade e a validade das informações obtidas. A quarta parte, os resultados e discussão expõe as principais descobertas desta investigação, analisando as suas implicações no contexto académico e social. Por fim a quinta e última parte, a conclusão sintetiza os principais pontos apurados pelo estudo, evidenciando a relevância dos resultados e possíveis caminhos para futuras investigações.

Esta investigação para além de recolher informações sobre o comportamento e uso dos jovens estudantes nas redes sociais, procura também sugerir estratégias para um uso mais consciente benéfico destas plataformas.

Estado da Arte

Em pleno século XXI, a maneira como as pessoas comunicam e interagem entre si passou por uma transformação radical devido ao advento das redes sociais. De acordo com Manovich (2001), a ascensão das redes sociais esteve presente no desenvolvimento da *internet*, tornando-se a manifestação das redes sociais mais tangível e visível da globalização (Silva, 2023, p. 40).

Este tipo de plataformas que permitem interações entre indivíduos de diferentes partes do mundo, tornaram-se ferramentas indispensáveis de comunicação e partilha de experiências nos mais variados formatos, como fotografia, texto e vídeo. (p. 42) (Silva, 1999).

As utilizações das redes sociais têm sido recorrentes nestes tempos, tendo a *internet* passado a ser utilizada como plataforma de comunicação, através do seu foco nos relacionamentos interpessoais, facilidade de uso, de acesso e otimização de processos (p.40) (Silva, 1999).

Os crescimentos da utilização das redes sociais, nomeadamente pelos alunos, têm vindo cada vez mais a causar aspetos positivos e negativos. No que toca aos aspetos positivos, a comunicação através da *internet* foi ficando mais fácil, contribuindo para o Ensino a Distância, ensino este que abriu espaço para novas aprendizagens e acesso a diversas informações. Contudo, existem riscos característicos devido ao mau uso da *internet*, tornando-se indispensável uma espécie de orientação para os jovens que usufruem deste tipo de recurso. O tipo de linguagem usada nesta rede, ocupa um lugar de preocupação entre os pais e os docentes, pois o uso da mesma distingue-se do que é lecionado nas escolas. (Gonçalves, António Luís Ribeiro, 2015 p.37). Estas são utilizadas para a coleta de informações académicas, interação entre colegas e professores e gestão de tempo de estudo, muitas destas plataformas oferecem ainda suporte de aprendizagem colaborativa. No entanto o uso excessivo pode levar a distrações, procrastinação e um impacto negativo no desempenho académico, bem como a contribuição para o declínio *social skills* e aumento de sentimentos de solidão e alienação, intensificando o risco de problemas de saúde mental, como depressão e ansiedade (Matos e Dominici Godinho, 2024).

A pesquisa proposta por este estudo visa a conhecer o perfil do utilizador das redes sociais por parte de universitários do primeiro ano da Licenciatura de PME da ESES, procura compreender as suas implicações sociais, académicas e institucionais. Este estudo não apenas pretende recolher informações e traçar um perfil do comportamento dos alunos do 1º ano nas redes sociais online, bem como pretende sugerir uma maneira de controlar o uso das mesmas. Pinto, Ferreira e Pereira (2011) afirmam que as redes sociais são plataformas que têm vivido um enorme crescimento. Contudo, as razões para a sua utilização nem sempre são as melhores, levando à dependência entre utilizadores e podendo limitar os mesmos ao conteúdo disponível *online* (Silva, 2023 p.40). É uma abordagem crucial a ter em prática nos dias que correm, assim é possível maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos.

Para identificar as redes sociais mais utilizadas pelos alunos do primeiro ano da Licenciatura e analisar as preferências e os padrões de uso das redes sociais por esses alunos, será realizada uma pesquisa que permitirá traçar um perfil pormenorizado do comportamento dos utilizadores destas plataformas. Conforme indicado por Sánchez et al. (2011), no contexto atual do ensino superior, ao adotar o uso tecnológico, cria-se uma experiência educativa mais rica. Por esses motivos, nos últimos anos têm sido explorado ferramentas como, redes sociais, uma vez que estas permitem criar atividades e conteúdos com opção de partilha (Bicen e Cavus, 2011). Investigar os desafios e oportunidades para promover um uso saudável e produtivo das redes sociais no contexto académico.

A consulta diária das redes sociais é algo muito comum, pois estas provocam pequenos prazeres, uma vez que estimulam o desejo nos consumidores (Torres,2019, p.4)

Este estudo incidirá sobre a importância da investigação dos hábitos de uso das redes sociais por estudantes universitários, existe a necessidade de entender as suas repercussões numa escala mais ampla. A pesquisa proposta procura preencher uma lacuna significativa no conhecimento existente, fornecendo *insights* fundamentais que podem guiar políticas e práticas educativas na comunidade académica.

Revisão da Literatura

PARTE I

1.1 Evolução e História das Redes Sociais

As redes sociais digitais desempenham um papel de extrema importância na sociedade contemporânea, a forma como comunicam, partilham informação e interagem entre si. A sua evolução começou através da inovação tecnológica, mas foi maioritariamente abraçada pelos jovens estudantes.

Na década de 90 surgiram as primeiras redes sociais. Este tipo de plataformas permitia que indivíduos se conectassem entre si, através da criação de um perfil e interação online. O *Six Degrees*, foi considerada primeira rede social moderna, esta plataforma foi lançada em 1997 e oferecia a possibilidade de criação de perfis, adicionar amigos e navegar através de conexões. Conforme Boyd & Ellison (2007), o *Six Degrees* marcou o início das redes sociais, bem como uma estrutura base que prevalece até hoje, sendo o grande precursor de funcionalidades como listas de amigos e perfis pessoais.

O advento das redes sociais trouxe plataformas como o *MySpace* (2003) a dinâmica das redes sociais começou por fim a sofrer algumas mudanças. De acordo com Liu (2007), o *MySpace* foi pioneiro que permitiu aos utilizadores a personalização de perfis, possibilitou a utilização de músicas e interação de comunidades com os mais diversos interesses. Estas funcionalidades atraíram músicos e artistas. O *Orkut*, foi desenvolvido pela *Google* e lançado em 2004, tornou-se extremamente popular em países como o Brasil e a Índia. Tendo em conta Recuero (2009), o *Orkut* introduziu um conceito de comunidades virtuais que tinham por base interesses e promoviam um ambiente de boa interação quer entre amigos quer entre desconhecidos.

Contudo foi com o *Facebook* (2004) que as redes sociais se consolidaram como uma parte da vida humana. Segundo Marwick & Boyd (2014), o *Facebook* distinguiu-se das demais redes sociais através da implementação de um *Feed* de notícias, uma plataforma mais estável, mas também porque promoveu sempre interação em tempo

real. Este conjunto de inovações permitiu a esta rede social vir a ser a maior rede social do mundo.

Um dos pontos fulcrais da popularização das redes sociais, foi a utilização em massa dos *smartphones* e o desenvolvimento de *apps* móveis, estes tipos de dispositivos vieram a facilitar o acesso contínuo e instantâneo a este tipo de plataformas.

Ao longo do tempo as redes sociais acabaram por evoluir, bem como as suas funcionalidades. No início o seu foco estava na criação de perfis e na manutenção das conexões sociais. Mais tarde as novas funcionalidades incentivaram a partilha de conteúdos multimédia, nomeadamente, fotografias, vídeos ou *links*. Ellison, Steinfeld & Lampe (2007) discutem como a criação de perfis e a personalização dos mesmos, nos primórdios das redes sociais o *MySpace*, foi um marco importante na realização de uma identidade digital. A partir daí o *Facebook* conseguiu fazer ainda mais melhorias como o botão de “gosto” e “partilha” desta forma ampliando as formas de interação. Tornando assim um site mais dinâmico e interativo.

Com o avançar do tempo surgiram plataformas que apostaram mais nos conteúdos visuais *Instagram* (2010) e *Snapchat* (2011), este tipo de plataforma permitia a partilha instantânea de fotos e vídeos. De acordo com os autores Hu, Manikonda & Kambhampati (2014) o *Instagram* é um espaço de expressão visual uma ferramenta central para marcas e indivíduos que pretendem alcançar públicos maiores. Mais recentemente, surgiu o *TikTok* (2016), esta plataforma revolucionou a forma como vemos vídeos curtos e os partilhamos quase que no momento. Bakshy et al. (2015), investigam como os algoritmos do *Facebook* conseguem fazer ajustes nos conteúdos usados pelos seus utilizadores anteriormente. Embora o foco deste estudo esteja mais ligado às notícias e conteúdos de opinião, é possível entender perfeitamente que o sucesso desta plataforma está diretamente ligado à personalização e o impacto que representa na experiência dos utilizadores.

PARTE II

2.1 O uso das redes sociais pelos Jovens e Estudantes

A utilização das redes sociais teve um crescimento exponencial entre os jovens estudantes, esse aparecimento começou com o *Facebook*, mas veio a ganhar ainda mais peso com o *Instagram* e o *TikTok*. Madge et al. (2009) observaram que os estudantes universitários foram alguns dos primeiros a adotar o *Facebook*, utilizando-o para manterem conectados socialmente, mas também para fins académicos, como a criação de grupos de estudo e trocas de informações sobre o curso e avaliações.

Nos tempos que correm cada vez mais as redes sociais são uma ferramenta de socialização central para os jovens, substituindo quase que por completo a interação na primeira pessoa. Boyd (2014) explora como as plataformas permitem que os jovens construam as suas identidades digitais, através dessas identidades é possível explorar novas formas de se expressarem e conectarem-se com pessoas de todo o mundo. Contudo essa pressão massiva também trouxe desafios, como a pressão social gerada pela busca de “gostos” e “seguidores”. Esta pressão afeta negativamente a autoestima e o bem-estar dos jovens.

As redes sociais com o passar do tempo tornaram-se meios de aprendizagem, o *TikTok* e o *Instagram* são bons exemplos de plataformas sociais, mas também perfeitas para consumo de conteúdo educativo. Segundo Greenhow & Lewin (2016) muitos dos utilizadores destas plataformas são jovens que pretendem desenvolver as suas *skills* ou obter informações nas áreas que têm interesse de uma forma rápida e informal.

Outro dos pontos a ser destacados é a integração das redes sociais na educação formal. Conforme foi explorado por Alhabash & Ma (2017), as plataformas de vídeo como o *Youtube* têm sido muito utilizadas para a criação de conteúdo educativo com facilidade de acessibilidade e compreensão enquanto o *Instagram* é utilizado para a partilhar dicas de estudo e organizar atividades colaborativas entre estudantes.

2.2 Tendências e Transformações nas Redes Sociais

Tendo em contas os últimos anos as redes sociais passaram por diversas transformações com o objetivo de oferecer mais funcionalidades e uma melhor experiência aos utilizadores. Cada vez mais temos adotado novas tecnologias como a inteligência artificial (IA), realidade aumentada (RA) e realidade virtual (RV) estas tecnologias têm um grande impacto mais concretamente nos jovens estudantes. Contudo a tendência que pode vir a impactar ainda mais as nossas vidas é o Metaverso, esta transformação tecnológica, é possível através da visão de ambientes tridimensionais onde os utilizadores podem interagir. Conforme Ball (2021) o Metaverso, promete ser uma futura grande fronteira das redes sociais, funcionará através de uma experiência imersiva. Nestas experiências, o conteúdo consumido pelos utilizadores, possibilita interação e experiências sociais num espaço digital virtual.

A integração da RA nas redes sociais é algo que certamente vai transformar a nossa forma de comunicação digital. Craig et al. (2020) confirma que a RA e RV têm o potencial de alterar totalmente a forma de interação dos utilizadores, com o conteúdo e marcas, assim é possível experienciar de forma mais envolvente e cativante.

Uma tendência é a ascensão de conteúdos visuais e vídeos curtos este fenómeno é liderado pela plataforma *TikTok* e mais tarde copiada por outras plataformas como *Instagram* com *Reels* e o *Youtube* com o *Shorts*. Segundo Zeng, Schäfer e Allgaier (2021), atualmente os jovens pretendem conteúdos mais rápidos, acessíveis e divertidos e que possam ser consumidos em segundos. De acordo com Kaye et al. (2020) a interface do *TikTok* é muito intuitiva e contém ferramentas muito simples de edição de vídeo, por estes motivos rapidamente se tornou a plataforma preferida entre os jovens. Estas plataformas têm ainda uma facilidade no que toca à criação de conteúdo, desta forma consegue envolver utilizadores mais jovens que valorizam a rápida produção e consumo de vídeos curtos.

A utilização da RA em filtros e efeitos visuais têm vindo a ser uma das características mais atrativas nestas plataformas. Tendo em conta Hilken et al. (2017) a RA é explorada com o intuito de melhorar de forma significativa a interação dos utilizadores nas

plataformas digitais, criando assim experiências imersivas envolvem os sentidos e aumentam a interação emocional com o conteúdo. É utilizada com frequência no *Instagram* e *Snapchat*, através de filtros.

Um dos métodos mais utilizados nas redes sociais são os algoritmos cada vez mais sofisticados, pois desta forma é possível personalizar o conteúdo. As principais plataformas do momento como o *TikTok*, *Instagram* e *Youtube* têm vindo a melhorar o seu algoritmo com base nas interações dos seus utilizadores. Segundo Covington, Adams e Sargin (2016) o algoritmo de recomendação do *Youtube* é uma peça fundamental para o aumento do tempo de utilização dos utilizadores pois desta forma cria um maior envolvimento para os mesmos. O *TikTok* funciona de uma maneira muito semelhante uma vez que o seu algoritmo permite a captação de micro -atenções como o tempo gasto num vídeo que vai servir para fazer ajustes nas recomendações de conteúdo (Zhang et al.2021).

Estas novas plataformas são responsáveis pela introdução e implementação de novas ferramentas que facilitam e revolucionam alguns dos diversos aspetos da vida, como a compra e venda de produtos e artigos, permitindo assim que os utilizadores façam aquisições de produtos sem sair das devidas plataformas. De acordo com Hajli (2015) o *social commerce* revolucionou o comportamento de compra, maioritariamente entre os jovens, que confiam na palavra e recomendações de influenciadores digitais. Estes influenciadores demonstram elementos sociais como recomendações e avaliações, tudo através das redes sociais.

2.3 Cenário Nacional e Global

No contexto nacional, Portugal segue as tendências globais no que toca ao uso de redes sociais. De acordo com o Estudo Global sobre Redes Sociais da Marktest (2022), os jovens portugueses entre os 16 e os 24 anos gastam cerca de 2,5 horas por dia em redes sociais, com *WhatsApp*, *Instagram* e *TikTok*. O *TikTok* têm tido um crescimento significativo.

De acordo com Capela (2023) as redes sociais apresentam um impacto diário na saúde mental dos jovens portugueses, com foco no *Instagram*. Este estudo confirma que as redes sociais podem muito valiosas para a comunicação, mas que também podem reduzir os efeitos e sentimentos de solidão, no entanto também podem contribuir para o aumento de ansiedade e criação de dependência, quando é usada de forma desmedida. Os autores Dias et al. (2021), destacam que muitos jovens tentam desconectar-se das suas vidas digitais, tentam a desativação temporária de contas, o uso de *apps* de controlo de tempo e a exclusão de certas determinadas plataformas dos seus equipamentos. O estudo em questão destaca ainda como essa desconexão, pode influenciar de forma muito positiva o bem-estar, desta forma ajuda a melhorar o rendimento académico dos jovens e equilibram o tempo de uso das redes sociais com as suas responsabilidades pessoais e educativas.

Com base em pesquisas internacionais, a indicação é que os jovens gastam uma parte significativa do seu tempo nas redes sociais. Segundo a “*We Are Social*” e a “*Hoosuite*” (2021), os jovens com idades compreendidas entre os 16 e os 24 anos, despendem por dia uma média de 3 horas em plataformas como o *Instagram*, *Youtube* e *TikTok*. A pandemia do COVID-19 têm uma quota parte da responsabilidade da aceleração do processo dos jovens na utilização das redes sociais, pois era a única possibilidade durante o confinamento. Este aumento de tempo pode ter graves consequências na saúde mental dos jovens. De acordo com Kuss & Griffiths (2017), o uso em excesso das redes sociais está associado a problemas como a ansiedade e depressão, uma vez que os jovens se passam a preocupar com uma identidade online que terá de ser bem-sucedida, através de gostos e seguidores.

2.3 Utilização das Redes Sociais pelos Estudantes da ESES – IP Santarém: Tempo de Consumo, Perfil Sociodemográfico e Diversidade Estudantil

Os adventos das redes sociais têm cada vez mais sido um fenómeno a nível global. Desde a ascensão do *Facebook* em 2004 mais tarde seguiram-se outras plataformas como *Youtube*, *Instagram*, *Twitter* (atualmente o X) e mais recentemente o *TikTok*.

Um tema muito pesquisado é a quantidade de tempo que os jovens estudantes despendem nas redes sociais e os impactos que esses hábitos podem ter. Tanto a nível mundial, como no contexto nacional estes cenários têm vindo a ser cada vez mais uma preocupação constante.

A Escola de Ensino Superior, que integra o IP Santarém, foi criada em 1979 e tem como foco o ensino superior público voltado para a formação e investigação principalmente em áreas educativas. A ESES acolhe uma média de 450 alunos por ano entre Licenciaturas e Mestrados

A escola em questão possui um perfil multicultural uma vez que conta com estudantes de várias zonas de Portugal e também do estrangeiro. Esta escola é muito ativa em programas de mobilidade internacional como o ERASMUS +, o que atrai alunos de mais de 18 nacionalidades diferentes.

A ESES tem um perfil estudantil com várias faixas etárias sendo que a maioria está compreendida entre os 18 e 25 anos. A maioria opta por viver perto da Universidade enquanto os restantes vivem com as suas famílias. Cerca de 60% dos alunos são do género feminino, o que é comum em cursos de vertente educativa.

PARTE III

Metodologia

3.1 Questionário e Análise de Resultados

A elaboração de um questionário que seja eficaz e bem fundamentado, é essencial para definir os objetivos dos vários conjuntos de perguntas com clareza. Desta forma é possível garantir que o questionário tenha por base princípios metodológicos sólidos. Esta abordagem ajuda a assegurar que os dados que foram coletados sejam válidos e úteis para o estudo em questão. Conforme Cresswell (2014), um questionário bem elaborado deve estar de acordo com os objetivos de estudo, sendo desenvolvido com base em teorias e pesquisas realizadas anteriormente.

Na seguinte fase estará em detalhe cada grupo de perguntas tendo presente a sua relevância para a pesquisa. Desta forma será muito mais fácil entender o comportamento dos participantes.

3.1.1 Perfil dos Participantes e Uso das Redes Sociais

Através deste estudo é pretendido adquirir informações básicas, como idade, género, curso e condições de acesso à *internet*. Esses dados permitem segmentar e interpretar os resultados do questionário, entendendo os padrões específicos entre os alunos. De acordo com Hargittai (2007), as variáveis demográficas podem afetar a navegação e a utilização da *internet* de diversas formas, essas questões são muito importantes na fase de contextualizar. O tempo gasto e a frequência de uso destas plataformas influenciam a vida dos estudantes, por isso é muito importante verificar os mesmos e através de que dispositivos é feito o acesso, para que desta forma seja possível ver os padrões comportamentais. Segundo Valkenburg, Peter & Schouten (2006), a utilização intensiva das redes sociais pode ter grandes impactos no desenvolvimento dos jovens, bem como nas suas interações sociais, o estudo destaca assim a necessidade de medir o tempo de utilização.

As Motivações, Comportamentos e Impacto no Bem - Estar

Neste ponto pretende-se explorar o porquê da utilização das redes sociais por parte dos alunos e qual a sua finalidade. Assim esta etapa vai possibilitar obter uma visão mais profunda sobre os principais motivos escondidos pela identidade digital. Sheldon & Bryant (2016), mostram que diferentes motivações levam a diferentes formas de utilização e por sua vez também a um diferente impacto nas redes sociais. Este tópico tem como propósito investigar, a forma como o uso das redes sociais afeta o bem-estar dos estudantes. As redes sociais podem impactar os estudantes de formas positivas e negativas. Conforme os autores Kaplan e Hanlein (2010), o comportamento é uma forma de expressão social e pessoal. É muito importante analisar a forma como os indivíduos interagem nessas plataformas.

Estudos recentes mostram que a utilização excessiva das redes sociais pode ter impactos tanto positivos, como negativos no bem-estar dos jovens. O estudo de Kross et al. (2013), revelou que o uso excessivo deste tipo de plataformas pode estar relacionado com a insatisfação pessoal, este estudo foca-se na relevância do estudo deste impacto.

A Privacidade, Preferências e Uso Académico

Cada vez mais a privacidade *online* é uma preocupação constante entre os utilizadores, dentro deste tema muitas vezes os jovens podem estar bastante vulneráveis a ameaças digitais. Segundo Boyd & Hargittai (2010), muitos dos jovens utilizadores das plataformas de redes sociais subestimam as implicações da privacidade no que toca às plataformas sociais. O que mostra a relevância nesta questão. Neste passo é importante conseguir entender as preferências dos alunos em relação às redes sociais, como quais são as mais utilizadas, os conteúdos mais consumidos. A compreensão das preferências dos utilizadores, pode ser uma grande ajuda no futuro uma vez que pode ajudar na previsão de futuras tendências. Segundo o autor Perrin (2015), as tendências de uso das redes sociais entre os jovens mudam rapidamente tornando essencial o controle destas alterações, pois só assim será possível ver as preferências em evolução.

É possível avaliar os alunos e a utilização as redes sociais para fins académicos. As redes sociais têm-se tornado cada vez mais em ferramentas colaborativas, especialmente entre jovens universitários. Os autores. Manca & Ranieri (2016), relatam que embora as redes sociais não tenham sido projetadas inicialmente para fins educativos, têm sido muito úteis para a educação. As redes sociais têm um grande potencial académico e podem afetar positivamente o desempenho dos alunos.

A Publicidade e Influenciadores

Neste ponto é possível ver a influência do *Marketing* Digital e como os *influencers* podem afetar as decisões dos seus públicos-alvo. A publicidade digital bem como o papel dos seus influenciadores afetam diretamente os hábitos de consumo dos jovens. De acordo com Djafarova & Rushworth (2017), os influencers de plataformas sociais têm um impacto direto, com uma tendência crescente nas decisões de compras dos jovens. Esta análise é relevante no que toca a entender como o *marketing* pode afetar o comportamento dos jovens.

A Tipologia e Abordagem Metodológica

A natureza da investigação é aplicada, pois procura resolver problemas concretos, os hábitos de uso das redes sociais pelos alunos do primeiro ano da Licenciatura de PME, da ESES de forma a promover hábitos mais saudáveis. Este estudo pretende traçar um perfil de utilizadores de redes sociais e mais tarde poderá permitir o desenvolvimento de estratégias de intervenção onde poderá beneficiar a comunidade académica

Este estudo conta com objetivos descritivos uma vez que este estudo pretende traçar um modelo de perfil de redes sociais dos alunos do primeiro ano da Licenciatura de PME da ESES. Para a base teórica, será utilizada a pesquisa documental, incluindo revisões de literatura, estudos anteriores e relatórios sobre o uso de redes sociais entre jovens e estudantes universitários. Para a obtenção de dados empíricos, será utilizada a pesquisa de campo, através de questionários aos alunos.

A pesquisa irá ocorrer no, 1º semestre do ano letivo 2024/2025 e será de natureza transversal, focando-se num ponto específico no tempo, isto é o ano letivo e irá permitir uma visão geral de hábitos dos estudantes de primeiro ano.

A abordagem desta pesquisa será mista. A pesquisa será qualitativa e também quantitativa. Esta será realizada através de um questionário para que seja possível explorar opiniões e percepções, no entanto a pesquisa também conseguirá obter dados numéricos, dados esses que permitam uma análise estatística.

O principal procedimento é a construção de um objeto de pesquisa que permita a recolha de dados e que permita por consequência a implementação de estratégias.

3.1.2 Análise e Interpretação de Dados:

De acordo com De Bruyne et al. (1975), o estudo reúne numerosas informações com pormenores de maneira a ser o mais abrangente possível. Esta é a razão pela que se faz valer de técnicas variadas na recolha de informação e dados (Torres, 2019, p.41). Partindo dessa premissa a recolha de dados será realizada através de questionários.

Parte IV

Análise e Discussão de Dados

4.1 Metodologia do Estudo: Aplicação de Questionários, Tratamento e Interpretação de Dados"

Os questionários terão perguntas sobre o uso, frequência e preferências nessas plataformas.

Os dados que foram obtidos através dos questionários terão por base uma análise qualitativa, pretende-se utilizar programas específicos como o *Microsoft Excel* para identificar categorias e padrões. Os dados quantitativos serão processados pelo mesmo *software* com intuito de uma análise descritiva.

Os dados serão sistematicamente organizados e apresentados em gráficos, tabelas e resumos. As análises qualitativas e quantitativas podem oferecer uma visão mais abrangente dos hábitos estudantis nas redes sociais.

Com base nos dados obtidos:

O questionário foi aplicado com sucesso aos alunos do 1º ano da Licenciatura de Produção Multimédia em Educação, do ano letivo 2024/2025, durante o período de 10 de dezembro de 2024 e 6 de janeiro de 2025. Este estudo contou com 27 participantes, que permitem assim ter aquilo que será uma visão do perfil digital dos estudantes. O seguinte questionário foi dividido em blocos desde o I até ao V.

4.2 Bloco I: Plataformas e Tempo de Uso

Quais as Redes Sociais utiliza com maior frequência?

27 respostas

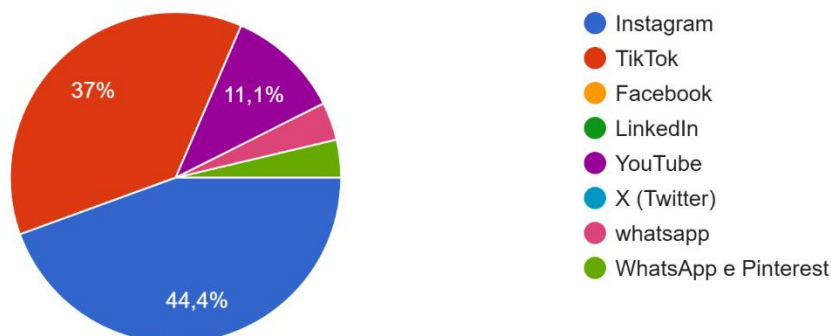


Figura 1 – Redes Sociais mais utilizadas

4.2.1 Identificação das Plataformas Mais Populares

Neste aspeto as plataformas mais dominantes são o *Instagram* com 44% e de seguida o *TikTok* com 37% o que indica uma grande preferência por parte dos utilizadores por plataforma de conteúdos visuais e curtos. De acordo com Lopes, C.C.T.O (2016) O *TikTok* tem tido uma forte aceitação e crescimento no número de utilizadores, tendo um papel muito influente na vida dos utilizadores. p (4) Instituto Politécnico de Viseu.

Qual o tempo médio diário nas Redes Sociais?

27 respostas

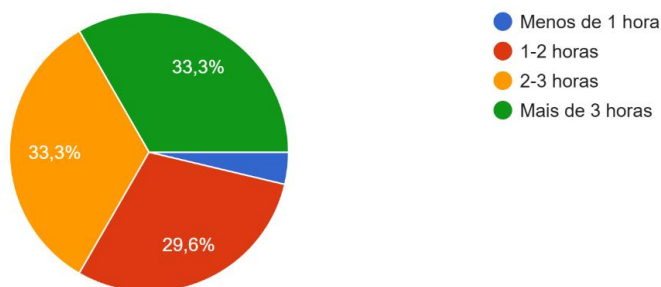


Figura 2 - Tempo médio diário nas redes sociais

4.2.2 Análise de Uso das Redes Sociais

66,6% dos estudantes passam mais de 2 horas diárias nas redes sociais o que indica um uso bastante intenso por parte dos mesmos. Este resultado sugere que as redes sociais desempenham um papel central no dia a dia destes alunos, tendo provavelmente uma grande influência nos seus hábitos de aprendizagem e socialização. Segundo Inês Amaral et al. (2017) A média de diária da utilização da *internet* é de 253 minutos por dia, cerca de 40% dos estudantes afirmam estar *online* até 2 horas por dia p (117).

Quais dispositivos utiliza para aceder às redes sociais?

27 respostas

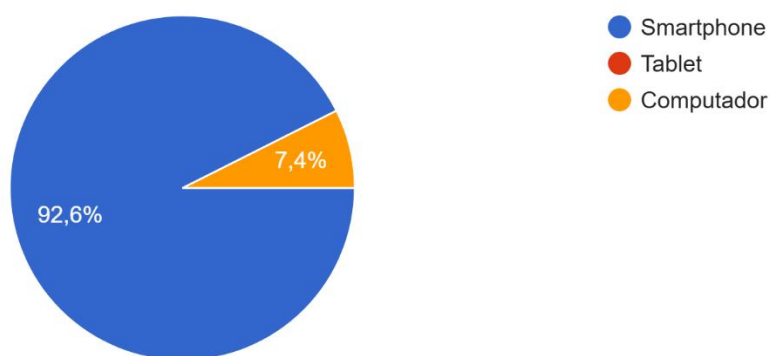


Figura 3 – Dispositivos mais utilizados

4.2.3 Dispositivos mais utilizados no acesso às Redes Sociais

O *smartphone* é sem dúvida o dispositivo mais utilizado quando se trata do acesso às redes sociais com uma percentagem esmagadora de 92,6%. Indica uma tendência muito forte para a mobilidade e constante conectividade, pode ter impactos muito significativas para o desenvolvimento de estratégias educativas e de comunicação, que sejam otimizadas para dispositivos móveis. Batista, W.R.M. (2022) define o uso problemático do *smartphone* como uma incapacidade de regular a utilização do dispositivo móvel de forma a conseguir minimizar os impactos negativos, que são provenientes do seu uso.

4.3 Bloco II: Hábitos e Motivações

Qual é o principal objetivo de uso das Redes Sociais?

27 respostas

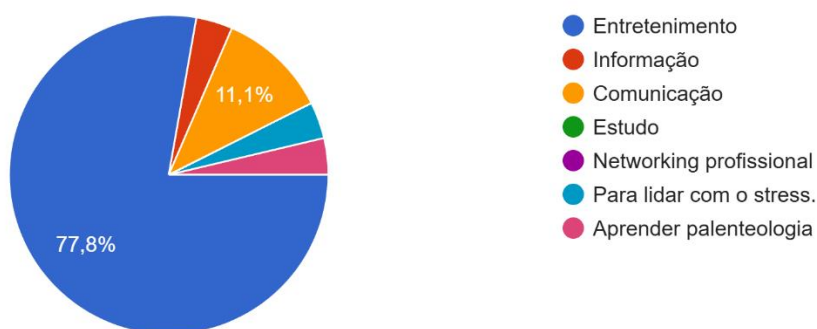


Figura 4 - Principal objetivo do uso das redes sociais

4.3.1 Objetivos de Uso

O entretenimento é sem sombra de dúvida o principal objetivo dos estudantes com cerca de 77,8%, seguido pela comunicação com 11,1%. Apesar do uso intensivo a maioria dos estudantes quase nunca faz publicações, demonstrando um comportamento passivo na criação de conteúdos. Os autores Cruz, M. S. C da, Reis, F. H. C. S. & Soares, D. A. (2019), verificaram que os estudantes utilizam na sua maioria plataformas para comunicarem entre si (65,2%), de seguida vem as plataformas de entretenimento e relações pessoais (52,2%). No entanto somente (34,8%) utilizam as mesmas para o desenvolvimento de atividades académicas. Desta forma é possível averiguar que o propósito educativo destas ferramentas é secundário.

Qual é o tipo de conteúdo que mais utiliza?

27 respostas

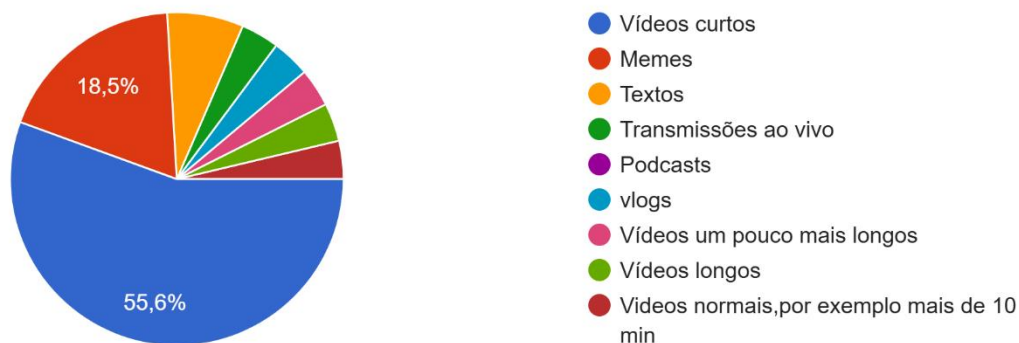


Figura 5 - Conteúdo mais utilizado

4.3.2 Conteúdos Preferidos

A preferência pelos vídeos curtos totaliza cerca e 55,6% alinha-se perfeitamente com preferência dos vídeos curtos, isto é a popularidade plataformas como o *TikTok* e o *Instagram*. As redes sociais que possuem a componente de vídeos curtos, produzidos pelas pessoas, mas também pelas marcas, cada vez ganham uma maior popularidade junto do público-alvo. (Rodrigues,2022, p.13).

Com que frequência faz publicações nas Redes Sociais?

27 respostas

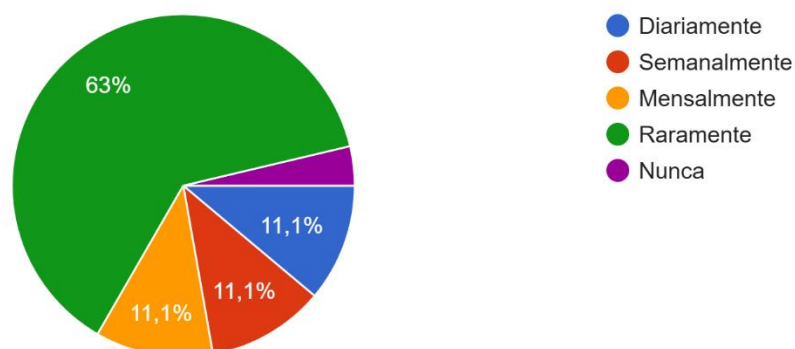


Figura 6 - Frequência de publicações

4.3.3 Frequência de Publicações

A maioria dos estudantes, isto é 63% faz publicações raramente mostrando assim um comportamento passivo nas Redes Sociais. Roldão (2018, p.8) afirma que o conteúdo partilhado pelos utilizadores de redes sociais, seja em formato de texto ou em formato audiovisual, pode ter uma grande influência nas atitudes e intenções dos outros consumidores.

4.4 Bloco III: Uso Académico e Profissional

Utiliza Redes Sociais para fins académicos?

27 respostas

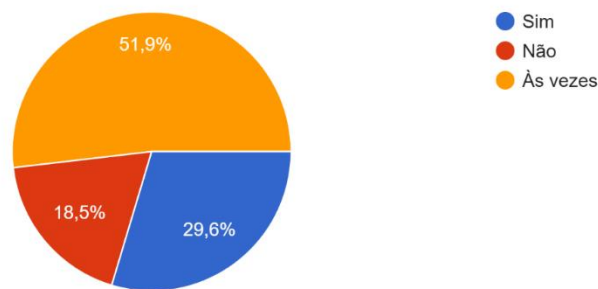


Figura 7 - Redes sociais para fins académicos

4.4.1 Uso Académico

De acordo com os resultados obtidos só 29,6% utilizam as Redes Sociais para fins académicos com frequência. A utilização da internet pode estar de acordo com a incapacidade dos alunos em realizar mais do que uma tarefa em simultâneo, como estudar e navegar nas redes sociais. Segundo a autora Rosário (2022, p.19).

Segue conteúdos relacionados ao seu curso?

27 respostas

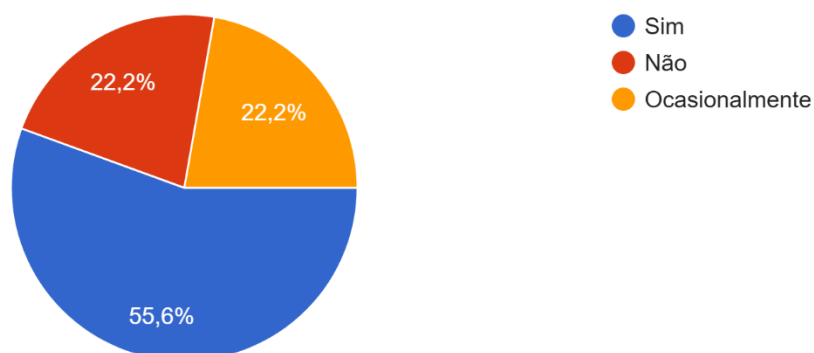


Figura 8 - Conteúdos relacionados com a Licenciatura de PME

4.4.2 Seguir conteúdos Relacionados ao Curso

72,8% dos estudantes seguem conteúdos relacionados com o curso sendo que somente 22,2% seguem esse conteúdo de forma ocasional. Boa parte dos estudantes já faz utilização destas plataformas ao seguir conteúdos relacionados com o curso, o que indica uma abertura para abordagens educativas presentes nos elementos das redes sociais. Segundo Pessoa, Bastos e Rodrigues (2021), os alunos que utilizam redes sociais, como *instagram*, para complementar conteúdos académicos e explorar os seus interesses pessoais e profissionais. Este uso de forma frequente e intenso destaca a necessidade de um contexto formativo que acompanha tendências atuais e consiga capacitar os alunos para a utilização dessas ferramentas de forma mais eficaz (p.13).

4.5 Bloco IV: Perceção e Consciência

Qual é a sua preocupação com a privacidade online?

27 respostas

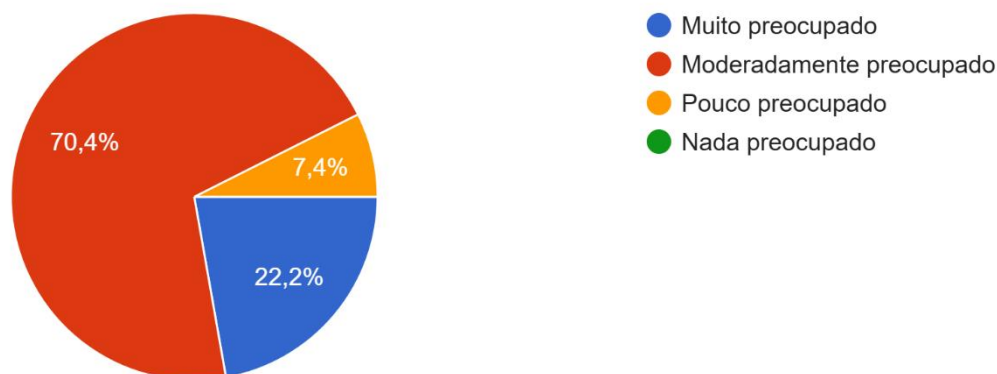


Figura 9 - Preocupação com a privacidade online

4.5.1 Preocupação com a Privacidade *Online*

82,6% dos alunos da Licenciatura em PME demonstram preocupação com a privacidade *online* mas, somente 22,2% se mostram muito preocupados. Apesar da maioria dos estudantes se mostrar preocupado com a privacidade *online*, esta situação revela um aspeto positivo, mas também sugere a necessidade de educação contínua sobre segurança digital e uso responsável das redes sociais. A autora Duarte (2021) destaca que existe uma preocupação com a privacidade *online*, uma vez que a falta de controlo sobre as informações e a perceção de intrusão na nossa vida quotidiana através de anúncios e publicidade personalizada. A autora aposta ainda em efeitos positivos, como uma atitude favorável em relação à personalização dos anúncios. Este tema tem sido alvo de estudo, uma vez que se tem revelado bastante relevante, a nível de desenvolvimento das redes sociais, tanto para os seus utilizadores.

4.6 O Perfil do Estudante: Análise Global

A compreensão do perfil digital e académico dos estudantes é essencial para identificar padrões comportamentais, preferências tecnológicas e o modo como utilizam as redes diariamente.

4.6.1 O Uso das Redes Sociais e Preferências Digitais

- Plataformas preferidas: *Instagram* (44%) e *Tiktok* (37%)
- Tempo de uso 66,6% passam mais de 2 horas nas redes sociais
- Objetivo principal: Entretenimento (77,8%)
- Tipo de conteúdo favorito: Vídeos Curtos
- Frequência de publicação: 63% raramente realizam publicações
- A grande maioria raramente publica
- Equipamento mais utilizado: *Smartphone*

4.6.2 O Comportamento Académico e Privacidade *Online*

- Uso para fins académicos: Apenas 29,6% utilizam as redes sociais para este propósito
- Interesse em conteúdo relacionado ao curso: 72,8% seguem conteúdos relevantes.
- Uso para fins académicos: Apenas 29,6% utilizam as redes sociais para este

4.6.3 Em Síntese e Interpretação do Perfil Estudantil

Sugere um perfil revela um grupo de estudantes fortemente conectados, com uma presença ativa nas redes sociais, principalmente no *Instagram* e *Tiktok*. São um público consumidor de conteúdo digital, mais concretamente vídeos curtos e o meio com maior predominância para os acessos à *internet* são os *smartphones*.

Apesar do uso intenso das redes sociais, a maioria dos estudantes é mais passiva, consumindo mais conteúdo do que aquele que produz, evidenciando assim pouca

frequência de publicações. O entretenimento é o principal foco de conteúdo para a utilização de redes sociais, sendo muito superior ao uso para fins académicos.

É interessante notar que, embora o uso académico das redes sociais seja baixo, existe um interesse considerável em seguir conteúdos relacionados ao curso. Este ponto específico sugere uma oportunidade de integrar de forma mais efetivas as redes sociais no contexto educativo.

A preocupação moderada com a prioridade indica uma consciência das questões de segurança *online*, mas pode haver espaço para maior educação nessa área.

Este perfil apresenta desafios e oportunidades os docentes, bem como para a própria instituição, na medida em que com estes dados poderá atrair futuros estudantes para a Licenciatura de PME, onde o entendimento e a utilização eficaz das tecnologias são cruciais.

4.7 De acordo com os objetivos da pesquisa:

1. O estudo foi aplicado sensivelmente durante 1 mês e contou com 27 participantes da Licenciatura de PME.
2. De acordo com o estudo as plataformas mais populares são o *TikTok* e o *Instagram*.
3. A análise deste estudo revelou:
 - Um uso intensivo por parte dos estudantes com a maioria a passar das 2 horas nas redes sociais.
 - A grande predominância deste estudo recai sobre o entretenimento, uma vez que é o objetivo primordial dos estudantes.
 - Mostram uma preferência por conteúdos visuais e com curta duração.
 - Embora exista um Potencial académico significativo de 51,9% no uso das redes sociais para o uso académico, é uma utilização ocasional.

- Revelam uma tendência para o consumo passivo de conteúdo, quase sem produção própria.
- É possível identificar que existe uma consciência moderada com a preocupação da privacidade *online*.

O estudo em questão fornece *insights* valiosos sobre o comportamento *online* dos estudantes da Licenciatura de PME, possibilitando assim uma sólida base para futuras estratégias educacionais e de comunicação em contexto académico.

4.8 É de realçar algumas Implicações e Recomendações para o Ensino

As instituições de ensino devem considerar a integração de elementos como vídeos curtos e contexto visual interativo nas redes sociais preferidas dos alunos. Esta opção pode melhorar significativamente a abordagem pedagógica. Sousa (2020), destaca que a integração de recursos tecnológicos de forma criativa, podem tornar os planos de aula muito mais interativo e dinâmico. O que possibilita ao aluno ser o protagonista da sua própria aprendizagem, assim pode desenvolver *skills* como a autonomia, motivação e a capacidade de resolver questões complexas, tornando assim a aula mais significativa (p.16).

Cada vez é mais importante fomentar *skills* que permitam a criação de conteúdo digital. Incentivar os estudantes a tornarem-se criadores ativos e não consumidores passivos. Segundo Sousa (2020), as metodologias ativas de aprendizagem permitem o desenvolvimento individual dos alunos, atendendo assim às necessidades da educação contemporânea. As competências tecnológicas são cada vez mais uma condição exigida, alinhando-se assim com as necessidades da sociedade atual (p.17).

Devem ser implementados programas educativos sobre a privacidade *online* e uso ético das redes sociais, para que exista um uso consciente por parte dos estudantes. De acordo com Gomes, Valente e Dias (2008), a escola tem um papel crucial no que toca

à promoção de uso responsável e seguro da internet entre alunos e professores, sendo um ato necessário e fundamental iniciar ações de formação a partir do conhecimento das práticas e comportamentos dos jovens no ambiente *online* (p. 849-858).

Parte V

5.1 Conclusão

O presente estudo que contribuiu com *insights* valiosos para a compreensão do comportamento digital dos estudantes do 1º ano da Licenciatura de Produção Multimédia em Educação da Escola Superior de Educação de Santarém. Ao atingir os objetivos propostos o estudo fornece uma base sólida para futuras investigações pedagógicas no contexto de ensino superior, sugerindo algumas estratégias de inovação pedagógica neste âmbito.

Em resposta ao primeiro objetivo foi possível aferir que a aplicação do questionário permitiu a identificação precisa das plataformas mais populares entre estudantes, destacando o *Instagram* (44%) e o *TikTok* (37%) como as redes sociais de maior utilização. Esta tendência revela uma clara preferência por conteúdos de natureza visual, rápida e envolvente, de acordo com os atuais padrões contemporâneos da atualidade no que toca o consumo digital de entre os jovens. Tais plataformas oferecem experiências altamente otimizadas ao seu utilizador, conseguindo assim um maior nível de sofisticação e adaptação a preferência dos jovens na navegação *mobile*.

De acordo com o segundo objetivo, foi também possível observar uma forte inclinação para o consumo de vídeos curtos como os oferecidos pelas plataformas *TikTok*, *Youtube Shorts* e *Instagram Reels* com 55,6% dos estudantes a preferir este tipo de conteúdo. Esta preferência revela o impacto dos formatos breves e imediatos na atenção e no comportamento *multitasking* dos jovens atualmente. Por outro lado 63%, dos jovens afirmam não realizar publicações com regularidade, o que sugere um comportamento digital predominantemente passivo, centrado no consumo em detrimento da criação ativa de conteúdos. No plano académico, ainda que o uso direto das redes para fins educativos seja relativamente limitado (29,6%), uma percentagem significativa de estudantes (72,8%) segue conteúdos relacionados ao curso. As evidências apontam

para a integração estratégica das redes sociais como ferramentas de apoio à aprendizagem, especialmente considerando a natureza aplicada da Licenciatura em PME.

No que refere ao terceiro objetivo, a análise do uso diário das redes sociais podemos afirmar que 66,6% dos alunos permanecem mais de 2 horas por dia *online*, sendo que 77,8%, desse tempo é dedicado ao entretenimento. Este dado reforça o papel das redes como uma fonte central de lazer e entretenimento na vida dos estudantes. O smartphone, utilizado por 92,9% dos inquiridos para o acesso às redes, é o principal dispositivo de conexão destacando-se pela mobilidade e acesso contínuo.

A preocupação com a privacidade *online*, está presente em 70,4% dos participantes demonstra uma crescente consciência dos riscos associados à presença digital. Este dado é particularmente relevante numa Licenciatura ligada à produção de conteúdos digitais onde o domínio da ética e da segurança no meio digital é essencial.

Os resultados deste estudo evidenciam não apenas padrões de utilização digital, mas também oportunidades concretas para a inovação pedagógica na instituição de ensino. Destacando assim 4 áreas de intervenção, sendo assim possível destacar 4 áreas:

1. **Integração académica:** Há uma clara necessidade de desenvolver estratégias para a integração das redes sociais de forma mais efetiva no contexto académico, aproveitando a alta quantidade de estudantes nestas plataformas. Segundo Rheingold (2014 citado por Costa Júnior et al., 2023), as redes sociais conseguem promover a construção do conhecimento coletivo e a criação de conteúdo.
2. **Equilíbrio entre lazer e aprendizagem:** O desafio está em encontrar formas de utilizar o apelo das redes sociais para fins educativos sem comprometer o desempenho académico. O uso excessivo do *Facebook*, pode afetar de forma negativa o desempenho académico dos estudantes (Kirschner e Karpinsky, 2010 citado por Júnior et al., 2023).
3. **Desenvolvimento de competências digitais:** O interesse revelado pelos estudantes nestas plataformas pode ser convertido desenvolvimento de

habilidades e técnicas profissionais que respondam às exigências do mercado e do trabalho atual.

4. **Consciência sobre o uso responsável e crítico:** Necessidade de formação sobre literacia digital e segurança *online* deve ser integrada ao currículo, contribuindo para formar utilizadores conscientes, críticos e responsáveis

Com base nestas conclusões, a instituição de ensino poderá.

1. Rever e adaptar currículos para incluir as redes sociais como instrumentos de ensino;
2. Criar políticas claras de utilização tecnológica consciente;
3. Explorar estratégias de ensino que aproveitem as preferências dos alunos por conteúdo visual e interativo. De acordo com o autor Dillenbourg (1999, citado por Costa Júnior et al.,2023), as redes sociais oferecem um ambiente propício para a aprendizagem colaborativa.
4. Desenvolver estudos longitudinais para acompanhar o impacto das redes sociais no desempenho académico ao longo do curso.

Os resultados do perfil digital dos alunos do 1º ano da Licenciatura de PME, sugerem uma caracterização através comportamentos específicos que revelam preferências tecnológicas, mas também atitudes perante o consumo de informação, participação *online* e aproveitamento académico das plataformas digitais. Embora o interesse das redes sociais no meio académico seja ainda reduzido, podemos destacar um interesse considerável por conteúdos relacionados com a formação, revelando assim uma procura seletiva por informação útil à Licenciatura. Por fim, a preocupação com a privacidade e a gestão da identidade digital manifesta-se na baixa exposição pessoal e adoção de uma postura observadora nas redes. Estas características revelam um grupo digitalmente ativo, mas com potencial ainda por explorar no contexto académico.

Em suma, este estudo não fornece apenas um perfil detalhado dos estudantes de PME, mas também oferece diretrizes para adaptar ferramentas e estratégias de ensino e aprendizagem na era digital. Ao reconhecer e integrar as dinâmicas das redes sociais no processo educativo, será possível potenciar a experiência de aprendizagem e preparar melhor o futuro profissional da área da multimédia e educação para um mercado em constante transformação tecnológica.

5.2 Referências Bibliográficas

ALHABASH, S., & MA, M. (2017). A TALE OF FOUR PLATFORMS: MOTIVATIONS AND USES OF FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, AND SNAPCHAT AMONG COLLEGE STUDENTS? *SOCIAL MEDIA + SOCIETY*, 3(1), 1–13.

[HTTPS://DOI.ORG/10.1177/2056305117691544](https://doi.org/10.1177/2056305117691544)

BAKSHY, E., & KUSS, D. J. (2015, MAY). (PDF) *POLITICAL SCIENCE. EXPOSURE TO IDEOLOGICALLY DIVERSE NEWS AND OPINION ON FACEBOOK*. RESEARCHGATE.

[HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/276067921_POLITICAL_SCIENCE_EXPOSURE_TO_IDEOLOGICALLY_DIVERSE_NEWS_AND_OPINION_ON_FACEBOOK](https://www.researchgate.net/publication/276067921_POLITICAL_SCIENCE_EXPOSURE_TO_IDEOLOGICALLY_DIVERSE_NEWS_AND_OPINION_ON_FACEBOOK)

BALL, M. (2014). *THE METAVERSE: AND HOW IT WILL REVOLUTIONIZE EVERYTHING*. GOOGLE BOOKS. [HTTPS://BOOKS.GOOGLE.PT/BOOKS?HL=PT-PT&LR=&ID=PDZKEAAAQBAJ&OI=FND&PG=PA2007&DQ=BALL+2021+METAVERSE&OTS=AQCMYZOOWQ&SIG=I8RD9AFOB1FFPD8UL3ZZ2XCXJY&REDIR_ESC=Y#V=ONEPAGE&Q=BALL%202021%20METAVERSE&F=FALSE](https://books.google.pt/books?hl=pt-pt&lr=&id=PDZKEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2007&dq=ball+2021+metaverse&ots=AQCMYZOOWQ&sig=I8RD9AFOB1FFPD8UL3ZZ2XCXJY&redir_esc=y#v=onepage&q=ball%202021%20metaverse&f=false)

BATISTA, W. R. M. (2022). *O IMPACTO DOS SMARTPHONES E DAS REDES SOCIAIS NOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR: A RELAÇÃO COM A SAÚDE MENTAL, OCULAR E FÍSICA* [DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, UNIVERSIDADE DE COIMBRA]. [HTTPS://HDL.HANDLE.NET/10316/102993](https://hdl.handle.net/10316/102993)

BICEN, H., & CAVUS, N. (2011). SOCIAL NETWORK SITES USAGE HABITS OF UNDERGRADUATE STUDENTS: CASE STUDY OF FACEBOOK. *PROCEDIA COMPUTER SCIENCE*, 3, 1192-1196. [HTTPS://WWW.SCIENCEDIRECT.COM/SCIENCE/ARTICLE/PII/S1877042811026139](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811026139)

BOYD, D., & HARGITAI, E. (2010). FACEBOOK PRIVACY SETTINGS: WHO CARES? *FIRST MONDAY*. [HTTPS://DOI.ORG/10.5210/FM.V15I8.3086](https://doi.org/10.5210/fm.v15i8.3086)

BOYD, D. (2014). *IT'S COMPLICATED*. YALE UNIVERSITY PRESS. [HTTPS://DOI.ORG/10.12987/9780300166439](https://doi.org/10.12987/9780300166439)

CAPELA, B. S. R. (2023, FEBRUARY 8). *IMPACTO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS NA SAÚDE MENTAL E NO QUOTIDIANO DOS JOVENS PORTUGUESES : O CASO*

DO INSTAGRAM. REPOSITORIO.UCP.PT.
[HTTPS://REPOSITORIO.UCP.PT/HANDLE/10400.14/40348](https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/40348)

CRESSWELL, J. W., & CRESSWELL, J. D. (2015). *RESEARCH DESIGN: QUALITATIVE, QUANTITATIVE, AND MIXED METHODS APPROACHES*. UNS.AC.ID.
[HTTPS://SPADA.UNS.AC.ID/PLUGINFILE.PHP/510378/MOD_RESOURCE/CONTEN
T/1/1/CRESWELL.PDF](https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/1/creswell.pdf)

DE ARAÚJO SOARES, M. DO S. C. DA C. F. H. C. S. R. D. (2019). AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NO AMBIENTE ACADÊMICO: FINALIDADES, EFEITOS NO COMPORTAMENTO DOS DISCENTES. *CONEDU*.
[HTTP://EDITORAREALIZE.COM.BR/ARTIGO/VISUALIZAR/59273](http://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/59273)

DE SOUZA, M. G. M. E S., BARREIRA, D. M., DE L. H. T., JÚNIOR, J. F. C. J. P., DE M. A., & SILVA, A. S. C. F. DE O. M. N. (2022). APRENDIZAGEM EM REDE: COMO AS REDES SOCIAIS PODEM SER USADAS PARA FACILITAR A APRENDIZAGEM E A COLABORAÇÃO ENTRE OS ALUNOS. *REVISTA EDUCAÇÃO, HUMANIDADES E CIÊNCIAS SOCIAIS*, 06(12). [HTTPS://DOI.ORG/10.55470/RECHSO.00075](https://doi.org/10.55470/rechso.00075)

DIAS, P., MARTINHO, L., & JORGE, A. (2023). DIGITAL DISCONNECTION AND PORTUGUESE YOUTH: MOTIVATIONS, STRATEGIES, AND WELL-BEING OUTCOMES. *COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE*, 44, E023014.
[HTTPS://DOI.ORG/10.17231/COMSOC.44\(2023\).4466](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4466)

DJAFAROVA, E., & RUSHWORTH, C. (2017). EXPLORING THE CREDIBILITY OF ONLINE CELEBRITIES' INSTAGRAM PROFILES IN INFLUENCING THE PURCHASE DECISIONS OF YOUNG FEMALE USERS. *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR*, 68, 1–7. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.CHB.2016.11.009](https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009)

DUARTE, I. M. (2021). *EFEITOS DA PUBLICIDADE PERSONALIZADA DO FACEBOOK NO BEMESTAR DO CONSUMIDOR PORTUGUÊS* [DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, FACULDADE DE ECONOMIA UNIVERSIDADE DO PORTO].
[HTTPS://REPOSITORIO-ABERTO.UP.PT/BITSTREAM/10216/136906/2/507324.PDF](https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/136906/2/507324.pdf)

ELLISON, C. W., STEINFIELD, C., & LAMPE, C. (2006). SPATIALLY BOUNDED ONLINE SOCIAL NETWORKS AND SOCIAL CAPITAL. 36.

ELLISON, N., STEINFIELD, C., & LAMPE, C. (2006). SPATIALLY BOUNDED ONLINE SOCIAL NETWORKS AND SOCIAL CAPITAL. RESEARCHGATE.NET.
[HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/249976902_SPATIALLY BOU
NDED ONLINE SOCIAL NETWORKS AND SOCIAL CAPITAL](https://www.researchgate.net/publication/249976902_spatially_bounded_online_social_networks_and_social_capital)

- GONÇALVES, A. L. R. (2015). *A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS PELOS JOVENS E O SEU IMPACTO NA EMPREGABILIDADE*. BRAGA. RECUPERADO DE [HTTPS://REPOSITORIO.UCP.PT/BITSTREAM/10400.14/20816/1/201685019.PDF](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/20816/1/201685019.pdf)
- GREENHOW, C., & LEWIN, C. (2016). SOCIAL MEDIA AND EDUCATION: RECONCEPTUALIZING THE BOUNDARIES OF FORMAL AND INFORMAL LEARNING. *LEARNING, MEDIA AND TECHNOLOGY*, 41(1), 6–30. [HTTPS://DOI.ORG/10.1080/17439884.2015.1064954](https://doi.org/10.1080/17439884.2015.1064954)
- GRIFFITHS, M., & KUSS, D. (2017). *ADOLESCENT SOCIAL MEDIA ADDICTION (REVISITED)*. [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/320146297_ADOLESCENT_SOCIAL_MEDIA_ADDICTION_REVISITED](https://www.researchgate.net/publication/320146297_ADOLESCENT_SOCIAL_MEDIA_ADDICTION_REVISITED)
- HAJLI, N. (2015). SOCIAL COMMERCE CONSTRUCTS AND CONSUMER'S INTENTION TO BUY. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION MANAGEMENT*, 35(2), 183–191. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.IJINFOMGT.2014.12.005](https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.12.005)
- HARGITTAI, E. (2007). WHOSE SPACE? DIFFERENCES AMONG USERS AND NON-USERS OF SOCIAL NETWORK SITES. *JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION*, 13(1), 276–297. [HTTPS://DOI.ORG/10.1111/J.1083-6101.2007.00396.X](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00396.x)
- HILKEN, T., DE RUYTER, K., CHYLINSKI, M., MAHR, D., & KEELING, D. I. (2017). AUGMENTING THE EYE OF THE BEHOLDER: EXPLORING THE STRATEGIC POTENTIAL OF AUGMENTED REALITY TO ENHANCE ONLINE SERVICE EXPERIENCES. *JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE*, 45(6), 884–905. [HTTPS://DOI.ORG/10.1007/S11747-017-0541-X](https://doi.org/10.1007/s11747-017-0541-x)
- HU, Y., MANIKONDA, L., & KAMBHAMPATI, S. (2014). WHAT WE INSTAGRAM: A FIRST ANALYSIS OF INSTAGRAM PHOTO CONTENT AND USER TYPES. *PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON WEB AND SOCIAL MEDIA*, 8(1). [HTTPS://OJS.AAAI.ORG/INDEX.PHP/ICWSM/ARTICLE/VIEW/14578](https://ojs.aaai.org/index.php/icwsm/article/view/14578)
- KAPLAN, A. M., & HAENLEIN, M. (2010). USERS OF THE WORLD, UNITE! THE CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SOCIAL MEDIA. *BUSINESS HORIZONS*, 53(1), 59–68. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.BUSHOR.2009.09.003](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003)
- KEMP, S. (2021, JANUARY 27). *DIGITAL 2021: THE LATEST INSIGHTS INTO THE “STATE OF DIGITAL.”* WE ARE SOCIAL UK.

[HTTPS://WEARESOCIAL.COM/UK/BLOG/2021/01/DIGITAL-2021-THE-LATEST-INSIGHTS-INTO-THE-STATE-OF-DIGITAL/](https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/)

KROSS, E., VERDUYN, P., DEMIRALP, E., PARK, J., LEE, D. S., LIN, N., SHABLACK, H., JONIDES, J., & YBARRA, O. (2013). FACEBOOK USE PREDICTS DECLINES IN SUBJECTIVE WELL-BEING IN YOUNG ADULTS. *PLOS ONE*, 8(8), E69841. [HTTPS://DOI.ORG/10.1371/JOURNAL.PONE.0069841](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841)

LIU, H. (2007). SOCIAL NETWORK PROFILES AS TASTE PERFORMANCES. *JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION*, 13(1), 252–275. [HTTPS://DOI.ORG/10.1111/J.1083-6101.2007.00395.X](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00395.x)

LOPES, C. C. T. (2016). *O USO DA REDE SOCIAL TIKTOK: UM ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR POLITÉCNICO* [DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, INSTITUTO POLITÉCNICO DE VISEU]. [HTTPS://REPOSITORIO.IPV.PT/ENTITIES/PUBLICATION/9D646041-B501-4429-9A6E-CC2AC92D305C](https://repositorio.ipv.pt/entities/publication/9D646041-B501-4429-9A6E-CC2AC92D305C)

MADGE, C., MEEK, J., WELLENS, J., & HOOLEY, T. (2009). FACEBOOK, SOCIAL INTEGRATION AND INFORMAL LEARNING AT UNIVERSITY: “IT IS MORE FOR SOCIALISING AND TALKING TO FRIENDS ABOUT WORK THAN FOR ACTUALLY DOING WORK.” *LEARNING, MEDIA AND TECHNOLOGY*, 34(2), 141–155. [HTTPS://DOI.ORG/10.1080/17439880902923606](https://doi.org/10.1080/17439880902923606)

MANCA, S., & RANIERI, M. (2016). FACEBOOK AND THE OTHERS. POTENTIALS AND OBSTACLES OF SOCIAL MEDIA FOR TEACHING IN HIGHER EDUCATION. *COMPUTERS & EDUCATION*, 95, 216–230. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.COMPEDU.2016.01.012](https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.012)

MARIA JOÃO GOMES, LUÍS VALENTE, & PAULO DIAS. (S.D.). *SEGURANET – UM LEVANTAMENTO EXPLORATÓRIO DAS PRÁTICAS DE RISCO DOS JOVENS PORTUGUESES NO USO DA INTERNET*. OBTIDO DE [HTTPS://REPOSITORIUM.SDUM.UMINHO.PT/BITSTREAM/1822/8675/3/SPCE-SEGURANET-FINAL.PDF?](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8675/3/SPCE-SEGURANET-FINAL.PDF?)

MARKTEST, G. (2022). *MAIORIA DOS UTILIZADORES DE REDES SOCIAIS SEGUEM EMPRESAS OU MARCAS*. MARKTEST.COM. [HTTPS://WWW.MARKTEST.COM/WAP/A/N/ID~2934.ASPX](https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2934.aspx)

MARWICK, A. E., & BOYD, D. (2014). NETWORKED PRIVACY: HOW TEENAGERS NEGOTIATE CONTEXT IN SOCIAL MEDIA. *NEW MEDIA & SOCIETY*, 16(7), 1051–

1067.

[\[HTTPS://DOI.ORG/10.1177/1461444814543995\]](https://doi.org/10.1177/1461444814543995)([HTTPS://DOI.ORG/10.1177/14](https://doi.org/10.1177/14)

MATOS, K. A., & GODINHO, M. O. D. (2024). A INFLUÊNCIA DO USO EXCESSIVO DAS REDES SOCIAIS NA SAÚDE MENTAL DE ADOLESCENTES: UMA REVISÃO INTEGRATIVA. *REVISTA FOCO*, 17(4), E4716E4716.

MATTAR, J., & ESE|IPSANTARÉM. (2021). *WEBINÁRIO COM O PROFESSOR JOÃO MATTAR (PUC-SP, UNISA), NO ÂMBITO DA UC DE METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO DO MESTRADO RECURSOS DIGITAIS EM EDUCAÇÃO*. [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=CJA9_DBFGK8&T=1065S](https://www.youtube.com/watch?v=CJA9_DBFGK8&t=1065S)

PERRIN, A. (2015). *RESEARCH DANA PAGE, SENIOR COMMUNICATIONS MANAGER 202.419.4372 WWW.PEWRESEARCH.ORG RECOMMENDED CITATION: ANDREW PERRIN*. IN PEW RESEARCH CENTER.

RAMALHO, J. N. C. (2022, NOVEMBRO). *IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PRODUTIVIDADE DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR* [DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, ISCTE]. [HTTPS://REPOSITORIO.ISCTE-IUL.PT/BITSTREAM/10071/27381/1/MASTER JOSE CANHAO RAMALHO.PDF](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/27381/1/master_jose_canhao_ramalho.pdf)

RECUERO, R. (2009, JANUARY 1). *REDES SOCIAIS NA INTERNET, DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO E JORNALISMO: ELEMENTOS PARA DISCUSSÃO*. RESEARCHGATE.

[HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/267789183 REDES SOCIAIS NA INTERNET DIFUSAO DE INFORMACAO E JORNALISMO ELEMENTOS PARA DISCUSSAO](https://www.researchgate.net/publication/267789183_redes_sociais_na_internet_difusao_de_informacao_e_jornalismo_elementos_para_discussao)

RODRIGUES, A. I. G. (2022). *A INFLUÊNCIA DOS VÍDEOS CURTOS NAS COMPRAS POR IMPULSO DA GERAÇÃO Z*. [HTTPS://REPOSITORIO-ABERTO.UP.PT/BITSTREAM/10216/144956/2/589624.PDF](https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/144956/2/589624.pdf)

ROLDÃO, M. A. S. (2018). *O QUE LEVA OS UTILIZADORES DAS REDES SOCIAIS A PARTILHAR E A PUBLICAR?* [DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, UNIVERSIDADE DE COIMBRA].

[HTTPS://ESTUDOGERAL.UC.PT/BITSTREAM/10316/84694/1/DISSERTAC%CC%A7A%CC%83O%20MARTA.PDF](https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/84694/1/dissertac%CC%A7A%CC%83O%20MARTA.PDF)

ROSÁRIO, F. R. (2022). *ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO DESEMPENHO ACADÉMICO DE ALUNOS DO ENSINO SUPERIOR* [PROJETO DE MESTRADO, ESCOLA IP TOMAR]. RECUPERADO DE

[HTTPS://COMUM.RCAAP.PT/BITSTREAM/10400.26/43495/1/PROJETO%20DE%20FRANCISCA%20DO%20ROS%C3%A1RIO%20.PDF](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/43495/1/PROJETO%20DE%20FRANCISCA%20DO%20ROS%C3%A1RIO%20.PDF)

SILVA, R. A. G. M. R. (2023). *A RELAÇÃO ENTRE O USO DAS REDES SOCIAIS E O BEM-ESTAR PSICOLÓGICO NOS ADOLESCENTES* (DISSERTAÇÃO DE MESTRADO). UNIVERSIDADE LUSÍADA.

[HTTP://REPOSITORIO.ULUSIADA.PT/BITSTREAM/11067/7286/6/MPC_RAFELA_SILVA_DISSERTACAO.PDF](http://repositorio.ulusiada.pt/bitstream/11067/7286/6/MPC_RAFELA_SILVA_DISSERTACAO.PDF)

TORRES, A. T. M. R. (2019). *A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS ENQUANTO FORMA DE INFLUÊNCIA. LÍDERES DE OPINIÃO DIGITAL–O CASO DE MAFALDA SAMPAIO* (TESE DE DOUTORADO). UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA.

[HTTPS://COMUM.RCAAP.PT/BITSTREAM/10400.26/31479/1/TESE_ANA%20TERESA%20TORRES_VERS%C3%A3O](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/31479/1/TESE_ANA%20TERESA%20TORRES_VERS%C3%A3O)

UAL, CECS, I.S.M.T., AMARAL, I., REIS, B., UAL, LOPES, P., UAL, CECS, QUINTAS, C., & UAL, IPS. (2017). PRÁTICAS E CONSUMOS DOS JOVENS PORTUGUESES EM AMBIENTES DIGITAIS. *ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO*, 24, 107–131.

[HTTPS://DOI.ORG/10.20287/EC.N24.A06](https://doi.org/10.20287/ec.n24.a06)

VALKENBURG, P. M., PETER, J., & SCHOUTEN, A. P. (2006). FRIEND NETWORKING SITES AND THEIR RELATIONSHIP TO ADOLESCENTS' WELL-BEING AND SOCIAL SELF-ESTEEM. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 9(5), 584–590.

[HTTPS://DOI.ORG/10.1089/CPB.2006.9.584](https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584)

VISTA DO A INFLUÊNCIA DO USO EXCESSIVO DAS REDES SOCIAIS NA SAÚDE MENTAL DE ADOLESCENTES: UMA REVISÃO INTEGRATIVA. (S.D.). COM.BR. OBTIDO DE

[HTTPS://OJS.FOCOPUBLICACOES.COM.BR/FOCO/ARTICLE/VIEW/4716/3436](https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/4716/3436)

WE ARE SOCIAL. (2023). *DIGITAL 2023 GLOBAL OVERVIEW REPORT*. [HTTPS://WEARESOCIAL.COM/WP-CONTENT/UPLOADS/2023/03/DIGITAL-2023-GLOBAL-OVERVIEW-REPORT.PDF](https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/digital-2023-global-overview-report.pdf)

WEBSTER, D., DUNNE, L., & HUNTER, R. (2021). ASSOCIATION BETWEEN SOCIAL NETWORKS AND SUBJECTIVE WELL-BEING IN ADOLESCENTS: A SYSTEMATIC REVIEW. *YOUTH & SOCIETY*, 53(2), 175–210.

[HTTPS://DOI.ORG/10.1177/0044118X20919589](https://doi.org/10.1177/0044118X20919589)

- ZENG, J., & KAYE, D. BONDY V. (2022). FROM CONTENT MODERATION TO VISIBILITY MODERATION: A CASE STUDY OF PLATFORM GOVERNANCE ON TIKTOK. *POLICY & INTERNET*, 14(1), 79–95. [HTTPS://DOI.ORG/10.1002/POI3.287](https://doi.org/10.1002/POI3.287)
- ZENG, J., SCHÄFER, M., & ALLGAIER, J. (2021). REPOSTING “TILL ALBERT EINSTEIN IS TIKTOK FAMOUS”: THE MEMETIC CONSTRUCTION OF SCIENCE ON TIKTOK. *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNICATION*, 15, 3216–3247.
- ZHANG, M., & LIU, Y. (2021). A COMMENTARY OF TIKTOK RECOMMENDATION ALGORITHMS IN MIT TECHNOLOGY REVIEW 2021. *FUNDAMENTAL RESEARCH*, 1(6), 846–847. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.FMRE.2021.11.015](https://doi.org/10.1016/j.fmre.2021.11.015)