



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Francisca Ramos do Rosário

Análise da Influência das Redes Sociais no Desempenho Académico de Alunos do Ensino Superior

Projeto de Mestrado

Orientada por:

Professor Vasco Gestosa Da Silva

Projeto apresentado no Instituto Politécnico de Tomar para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Analítica e Inteligência Organizacional

Tomar, julho de 2022

Dedicatória

Aos meus pais
A toda a minha família
Aos meus amigos
Aos que fazem parte da minha vida e acreditam em mim
Ao meu orientador

RESUMO

Hoje, os adolescentes estão a utilizar cada vez mais os recursos e aplicativos disponíveis na Web 2.0, principalmente as redes sociais. O Facebook tem sido uma das redes sociais mais populares entre os jovens portugueses nos últimos anos. Nesse sentido, as escolas devem acompanhar e adaptar-se a todas essas mudanças tecnológicas que ocorrem nesta sociedade da informação e comunicação. Assim, nas instituições superiores, os professores podem utilizar aplicativos disponíveis na Web 2.0, como redes sociais, como complemento ao processo de ensino e aprendizagem dos alunos em diversas disciplinas.

As redes sociais passaram a fazer parte da vida de jovens cada vez mais conectados, e essa forma de comunicar e interagir pode ser vista como uma ferramenta de ensino para facilitar a aprendizagem. Este facto poderá sensibilizar as equipas de gestão das instituições de ensino superior para uma maior utilização destas redes sociais e contribuir para um processo de ensino mais dinâmico e rico. Nesse sentido, pode-se observar que as redes sociais Instagram, Facebook, Twitter e WhatsApp são as mais utilizadas, segundo uma pesquisa realizada na elaboração deste trabalho sobre as redes sociais mais utilizadas nas instituições de ensino superior em Portugal.

Neste contexto, é apresentado um trabalho de projeto sobre a análise da influência das redes sociais no desempenho académico de alunos do ensino superior e o tratamento dos dados recolhidos é realizado com recurso a uma ferramenta de Business Intelligence (BI), o Microsoft Power BI.

Assim, com base nos resultados obtidos, pretendemos analisar e compreender qual a importância da utilização das redes sociais no desempenho escolar, dos alunos do ensino superior em Portugal, através da realização de um questionário dirigido aos alunos das universidades e dos institutos politécnicos de Portugal.

Palavras-chave: Redes Sociais, Ensino Superior, Web 2.0, Power BI,

ABSTRACT

Today, teenagers are increasingly using the resources and applications available on Web 2.0, especially social networks. Facebook has been one of the most popular social networks among young Portuguese people in recent years. In this sense, schools must follow and adapt to all these technological changes that occur in this information and communication society. Thus, in higher institutions, teachers can use applications available on the Web 2.0, such as social networks, as a complement to the teaching and learning process of students in different subjects.

Social networks have become part of the lives of increasingly connected young people, and this way of communicating and interacting can be seen as a teaching tool to facilitate learning. It aims to sensitize the management teams of higher education institutions to a greater use of these social networks and contribute to a more dynamic and rich teaching process. In this sense, it can be observed that the social networks Instagram, Facebook, Twitter and WhatsApp are the most used, according to a survey carried out in the preparation of this work on the most used social networks in higher education institutions in Portugal.

In this context, a project work is presented on the analysis of the influence of social networks on the academic performance of higher education students and the treatment of the collected data is carried out using a Business Intelligence (BI) tool, Microsoft Power BI.

Thus, based on the results obtained, we intend to analyze and understand the importance of the use of social networks in the school performance of higher education students in Portugal, through a questionnaire addressed to students from universities and polytechnics in Portugal.

Keywords: Social Networks, Higher Education, Web 2.0, Power BI

Agradecimentos

Gostaria de expressar os meus sinceros agradecimentos a todos os que contribuíram, das mais diversas formas, para a realização de mais uma etapa da minha vida.

Obrigado a minha família por todos os sacrifícios, apoio e confiança em mim depositado, principalmente á minha mãe que sempre me ensinou a não desistir.

Gostaria de agradecer ao Professor Vasco Gestosa da Silva pela sua orientação, aconselhamento, apoio, disponibilidade, tolerância e compreensão.

Gostaria também de agradecer à Doutora Sandra Jardim pela orientação do curso durante todo este tempo que estive a estudar.

Obrigado a todos os colegas que disponibilizam o seu tempo para responder ao questionário que contribuiu para a elaboração deste projeto.

E finalmente agradecer ao Instituto Politécnico de Tomar por ter contribuído para o meu sucesso, experiência incrível e gratificante neste um ano e meio de aventura e acúmulo de conhecimento, não apenas no campo das habilidades literárias, mas do ponto de vista humano.

Obrigado a todos

Índice

Índice de Figuras	III
Índice de Gráficos.....	IV
Lista de Abreviaturas e Siglas	VI
Capítulo 1: Introdução	7
1.1 Enquadramento	7
1.2 Objetivos de Investigação	8
1.3 Metodologia	9
1.4 Estrutura do projeto	10
Capítulo 2: As Redes Sociais.....	11
2. As Redes Sociais.....	11
2.1 Tipologia das redes sociais	13
2.2 Características Funcionais das Redes Sociais.....	13
2.3 Motivações para aceder às redes sociais	14
2.4 Frequência / Modo de Utilização	16
2.5 O impacto das Redes Sociais no processo de Ensino Aprendizagem.....	16
2.6 A Vantagem das Redes Sociais na Educação	17
2.7 Os jovens nas Redes Sociais	18
2.8 Redes Sociais Virtuais x Desempenho Académico	19
2.8.1 As Redes Sociais e o Ensino Superior	20
2.8.2 Os desafios na educação.....	21
2.8.3 Redes Sociais como Práticas Docentes	22
2.9 As Redes Sociais mais utilizadas nas Instituições de Ensino Superior em Portugal	23
2.10 Instagram	25
2.10.1 O Instagram enquanto Recurso Educativo	26
2.11 O Twitter.....	28
2.11.1 O Twitter enquanto Recurso Educativo	29
2.12 O Facebook.....	30

2.12.1 O Facebook Enquanto Recurso Educativo.....	31
2.13 WhatsApp	33
2.13.1 O WhatsApp enquanto Recurso Educativo	33
Capítulo 3: Enquadramento do Estudo	35
3.1. Tratamento dos dados com Microsoft Power BI	36
3.1.1. Microsoft Power BI	36
3.1.2. Versões	39
3.1.3. Dashboards	40
3.1.4. Relatórios.....	40
3.1.5. Visualizações do Power BI contidas neste estudo.....	40
Capítulo 4: Apresentação e Análise dos Resultados	42
4.1. Caracterização Sociodemográfica.....	42
4.2. A relação dos Alunos com as Redes Sociais	46
4.3. Tópicos sobre a Utilização das Redes Sociais.	56
4.4. Razões que levam os alunos a não utilizar as redes sociais.....	61
Capítulo 5: Conclusões	62
Referências Bibliográficas.....	65
ANEXOS	77
ANEXO A – Inquérito por Questionário aplicado online	77
ANEXO B – Relatórios das Respostas do Questionário com o Power BI	88

Índice de Figuras

Figura 1- Evolução das redes sociais ao longo do tempo	12
Figura 2- Fatores chave que influenciam a utilização das redes sociais.....	18
Figura 3- Redes Sociais mais utilizadas nas Universidades portuguesas	23
Figura 4- Redes Sociais mais utilizadas nos Institutos Politécnicos Portugueses	24
Figura 5- Logótipo da rede social Instagram	25
Figura 6- Logótipo da rede social Twitter	28
Figura 7- Matriz de adoção do Twitter	29
Figura 8- Logótipo da rede social Facebook	30
Figura 9- Logótipo da rede social WhatsApp.....	33
Figura 10- Exemplos de fontes de dados a serem utilizados no PBI.....	37
Figura 11- Tela inicial do Power BI Desktop	38
Figura 12- Função ‘obter dados’	39
Figura 13- Gráficos de Barras e Colunas.....	40
Figura 14- Cartão Número Único	41
Figura 15- Gráfico de Pizza	41

Índice de Gráficos

Gráficos 1- Quantidade de respostas obtidas pelos alunos do ensino superior em Portugal.....	42
Gráficos 2- Indique o seu género.....	43
Gráficos 3- Indique a sua idade	43
Gráficos 4- Qual o curso que frequenta?	44
Gráficos 5- indique o estabelecimento de ensino	45
Gráficos 6- Indique o ano que frequenta	45
Gráficos 7- Indique qual o estatuto de estudante.....	46
Gráficos 8- Tem conta em alguma rede social?.....	46
Gráficos 9- Se sim, indique qual(ais) a(s) rede(s) sociais em que tem conta?	47
Gráficos 10- Há quanto tempo utiliza as redes sociais?	47
Gráficos 11- Qual a frequência com que utiliza as redes sociais?.....	48
Gráficos 12- Se respondeu, diariamente na questão anterior (10), em média, quanto tempo passa por dia nas redes sociais?.....	49
Gráficos 13- Qual a rede social que utiliza com mais frequência?.....	49
Gráficos 14- Na rede social que mais utiliza, tem como amigos:	50
Gráficos 15- Quais os motivos que o/a levam a utilizar as redes sociais?	50
Gráficos 16- Utiliza alguma(s) rede(s) social(s) única e exclusivamente para assuntos académicos (estudos, realizações de trabalhos, pesquisa)?	51
Gráficos 17- Se sim, qual(ais) rede(s) social(s)?	51
Gráficos 18- Na sua opinião, qual a rede social com melhor organização em termos de conteúdos?	52
Gráficos 19- Costuma utilizar alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio as mesmas?	52
Gráficos 20- Se sim, Qual(ais)?.....	53
Gráficos 21- Que tipo de informação coloca nas redes sociais?	54
Gráficos 22- Que vantagens vê na utilização das redes sociais como apoio ao estudo?	54
Gráficos 23- Considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais?.....	55
Gráficos 24- Acha que as suas notas são influenciadas pela utilização das redes sociais?	55

Gráficos 25- Acha importante e viável que os professores utilizem as redes sociais para apoio as aulas?	56
Gráficos 26- A utilização das redes sociais em sala de aula contribui para o enriquecimento da aula.....	56
Gráficos 27- Considero que a utilização das redes sociais pelos professores é mais motivadora para os alunos	57
Gráficos 28-As redes sociais contribuirão positivamente para o meu desempenho escolar	57
Gráficos 29- Costumo utilizar as redes sociais durante o decorrer das aulas	58
Gráficos 30- Enquanto estudo não utilizo as redes sociais	58
Gráficos 31- Os professores partilham materiais didáticos através das redes sociais	59
Gráficos 32- Só algumas redes sociais são úteis para o apoio escolar	59
Gráficos 33- Tenho mais motivação para estudar com a utilização das redes sociais	60
Gráficos 34- Utilizo as redes sociais para partilha de informações de estudo com os colegas	60
Gráficos 35- Qual a razão para não utilizar redes sociais?	61

Lista de Abreviaturas e Siglas

AVA: Ambiente Virtual de Aprendizagem

BI: Business Intelligence

IES: Instituições de Ensino Superior

IM: Mensagens Instantâneas

SSBI: Self Service Business Intelligence

Capítulo 1: Introdução

Este capítulo introdutório tem por objetivo apresentar uma visão geral sobre o presente trabalho, fazendo o seu enquadramento e fundamentação, apresentando os principais objetivos e a metodologia adaptada. Por fim, será apresentada uma breve descrição da estrutura do trabalho.

1.1 Enquadramento

As redes sociais apresentam um número crescente de utilizadores e formas de utilização que aumentam a cada dia, nomeadamente para interagir com pessoas conhecidas ou para conhecer novas pessoas (Ellison et al., 2007) ou para criar grupos de interesse. As ligações sociais desenvolvidas nessas redes têm grande impacto na troca, transferência e partilha de informações entre os membros (Mayer & Puller, 2008).

O ensino superior é um dos motores do desenvolvimento económico, pois é considerado um dos principais fatores de transmissão da experiência cultural e científica à sociedade (Ferreira, 2009). Portanto, as instituições devem investigar aspetos que afetam a qualidade de suas áreas de competência.

Compreender os fatores que influenciam o desempenho académico é uma preocupação permanente de professores, alunos e equipas docentes nas instituições de ensino superior (IES) (Nogueira et al., 2013). Para os autores, avaliar os alunos é muitas vezes o método mais comum de determinar a eficácia dos processos de ensino e aprendizagem de programas de ensino superior.

Para Munhoz (2004), o desempenho está relacionado com o aproveitamento do aluno, ou seja, aos resultados da sua avaliação, conforme demonstrado por notas ou conceitos. Segundo os autores, avaliar o desempenho dos alunos é uma ferramenta para medir os esforços de uma instituição na procura de qualidade, excelência, utilidade e relevância. Silva et al., (2012), alertam sobre a relação entre rede social e desempenho académico. Segundo eles, mais e mais jovens estão a juntar-se à página da rede social por causa de sua facilidade de acesso e variedade de recursos.

Atualmente, é reconhecido que os jovens se deparam com as redes sociais muito antes do que as gerações anteriores o fizeram e que, em idades críticas de desenvolvimento, “estão a despender muito do seu tempo livre em atividades online, como criar, explorar, jogar e comunicar.” (Weigel et al., 2009, p. 8).

Albernaz & Meira (2010), defendem e afirmam que as relações humanas e sociais há muito tempo que são objeto de estudo das Ciências Sociais, fazendo com que os conceitos de redes sociais não sejam novidade. Em 2013, dados de um inquérito realizado pelo INE à utilização de Tecnologias da Informação e Comunicação pelas famílias portuguesas entre 2002-2013, e publicados pela OberCom no seu anuário da comunicação, indicam que 70,6% dos internautas portugueses participam nas redes sociais (OberCom, 2013, p.123).

Sem tentar cair na falácia ao entrar no determinismo tecnológico, é importante contextualizar essa análise para entender como a maioria dos universitários atuais são “nativos digitais” (Prensky, 2001), ou pertencem a uma geração Y (Tapscott, 2009), possuem inteligência coletiva (Levy, 2007) ou Cognição Distribuída (Clark, 2001, Hutchins, 1995).

1.2 Objetivos de Investigação

Esta investigação tem como principal objetivo analisar e compreender qual a influência da utilização das redes sociais no desempenho académico, dos alunos do ensino superior em Portugal.

Em relação aos objetivos secundários pretende-se:

- Determinar o número de horas que os alunos das instituições de ensino superior passam nas redes sociais;
- Analisar os principais motivos pelos quais os alunos do ensino superior utilizam as redes sociais;
- Identificar quais as vantagens de utilizar as redes sociais no ambiente escolar;
- Identificar as redes sociais mais utilizadas pelos alunos e determinar o tempo, a frequência e as ações que realizam na sua utilização;
- Identificar os tipos de contactos que os alunos têm nas redes sociais que mais utilizam;
- Identificar se os alunos utilizam alguma rede única e exclusivamente para assuntos académicos (estudos, realizações de trabalhos, pesquisa);
- Identificar a rede social com melhor organização em termos de conteúdos;
- Identificar se os alunos costumam utilizar alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio às mesmas;
- Identificar que tipo de informação que os alunos colocam nas redes sociais;

1.3 Metodologia

Como forma de alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para uma melhor compreensão das redes sociais na análise da influência destas no Desempenho Académico de Alunos no Ensino Superior. A bibliografia baseia-se em publicações de mestrados, teses de doutoramento, artigos científicos e publicações na internet.

Quanto aos métodos de resolução de problemas, este trabalho divide-se em pesquisa qualitativa, descritiva e bibliográfica.

A pesquisa qualitativa é uma abordagem que trabalha os dados procurando o seu significado, tendo como base a perceção do fenómeno dentro do seu contexto. A utilização da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenómeno como também as suas essências, procurando explicar a sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências (Triviños, 1987).

A pesquisa descritiva ocorre quando o pesquisador tem como objetivo identificar as características de certa população ou fenómeno e estabelecer relações entre as variáveis, sem a sua manipulação (Silva, 2003).

Esta pesquisa também é classificada como bibliográfica, pois para a elaboração do referencial teórico e das informações introdutórias, foram referenciados vários autores dos quais se extraíram conceitos e definições das categorias e de cada variável que direcionaram a recolha de dados.

O instrumento de recolha de dados aplicado foi o inquérito por questionário, com perguntas fechadas e abertas e foi realizada a análise das respostas com recurso ao Power BI, ferramenta de Business Intelligence para análise de dados da Microsoft. A amostra é composta por 129 respondentes de ambos os sexos. Das respostas obtidas 82% inquiridos são do Instituto politécnico de Tomar, 7,8% inquiridos do Instituto Politécnico de Beja, 5,4% do Instituto Politécnico de Bragança, 2,3% do Instituto Politécnico de Lisboa e 1,6% da Universidade de Évora.

De acordo com o levantamento de um estudo realizado na elaboração deste trabalho sobre as redes sociais mais utilizadas por todas as instituições de ensino superior em Portugal, pode-se concluir que o Instagram, Facebook, Twitter e WhatsApp são as mais utilizadas, e por esse motivo, são estas as redes sociais selecionadas como objeto de estudo.

A utilização do Microsoft Power BI é justificada na medida em que esta ferramenta, foi objeto de estudo no decorrer da parte curricular do curso de mestrado em Análítica e Inteligência Organizacional.

1.4 Estrutura do projeto

Para elaboração deste trabalho de projeto procurou-se adotar uma escrita simples e fundamentada através das referências mais relevantes da área das redes sociais.

Assim, este documento encontra-se estruturado em cinco capítulos:

O capítulo 1- Introdução, contém a caracterização geral do estudo, onde é realizado enquadramento, colocada a questão de investigação, e descrita a estruturação do trabalho. É também feita a descrição dos objetivos e apresentada a metodologia.

No capítulo 2- É realizada a revisão da literatura e são abordados os principais aspetos teóricos relacionados com o enquadramento do tema. São igualmente descritos os fundamentos teóricos relevantes sobre temas específicos nas redes sociais, bem como as interações dos alunos nessas mesmas redes e as vantagens que podem trazer para o desempenho académico.

No capítulo 3- São apresentados os procedimentos, as técnicas e os instrumentos de recolha de dados.

No capítulo 4-. É realizado a análise dos resultados, são expostas as principais conclusões, tendo em conta os objetivos da investigação e considerando o suporte teórico existente.

No capítulo 5- São apresentadas as principais conclusões deste estudo, as limitações encontradas e elaboradas recomendações para trabalhos futuros.

Capítulo 2: As Redes Sociais

2. As Redes Sociais

As redes sociais são plataformas digitais que proporcionam um espaço de comunicação e interação para grupos de pessoas com necessidades e interesses semelhantes (Ellison, 2007).

Como exemplo de redes sociais existem, entre outras, as plataformas Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+, Myspace, Instagram, Friendster, Orkut, Youtube, WhatsApp e Flickr.

Apesar de suas diferenças funcionais, segundo Cummings (Cummings et al., 2002), essas comunidades da Internet são definidas por grupos que voluntariamente contribuem com informações para espaços sociais públicos, apoiados por comunicações em rede.

Carrera (2009), defende a ideia de que uma rede social é uma estrutura social composta por entidades (indivíduos ou organizações) interligadas de maneiras diferentes, que partilham valores, ideais, fluxos financeiros, ideias, amizades e laços familiares. Para este autor, estas são as principais características e funcionalidades das redes sociais:

- Colocação do perfil on-line com informação diversa através de natureza profissional e pessoal – “uma extensão on-line de cada um de nós”;
- Atualização da informação no perfil através de serviços semelhantes a blogs;
- Criação de redes de amigos;
- Partilha de álbuns de fotografias e vídeos;
- Informação do que se está a fazer nesse preciso momento;
- Envio de mensagens a outros membros;
- Criação de subgrupos temáticos;
- Organização de eventos;
- Promoção de produtos e serviços.

Boyd & Ellison (2008), propuseram o caminho e evolução das redes sociais a partir de três etapas, desde 1997 até ao presente. A primeira etapa começou com o nascimento das redes sociais em 1997 e continuou até 2001. Em 1997, surgiu a Sixdegrees considerada a primeira rede social. A plataforma permitia aos utilizadores criar perfis e listas de amigos e, em 1998, visualizar listas de amigos. Antes do SixDegrees, cada um desses recursos existia de alguma forma, no entanto, outros utilizadores não podiam ver os amigos. Apesar de ter

inúmeros utilizadores, esta rede social não conseguiu tornar-se num negócio sustentável. Os utilizadores reclamaram que, depois de aceitar um amigo, não havia mais nada a fazer. Em 2000, o serviço foi descontinuado (Boyd & Ellison, 2008).

A partir de 2001, iniciou-se uma nova fase, caracterizada pela associação das redes sociais com o cenário económico, ou seja, a criação de redes profissionais de comunicação e negócios que se tornaram ferramentas poderosas para uma economia globalizada (Colás & Pablo, 2013).

O número de redes sociais cresceu substancialmente desde 2003. As redes sociais surgiram para dar resposta às necessidades de socialização e construção de relacionamentos amorosos. Algumas são mais direccionadas para a criação de redes profissionais de contatos, outras dedicam-se a partilhar vídeos, músicas e fotos, e outras visam atender utilizadores com interesses comuns.

Na figura 1 podemos ver a evolução das redes sociais ao longo do tempo.

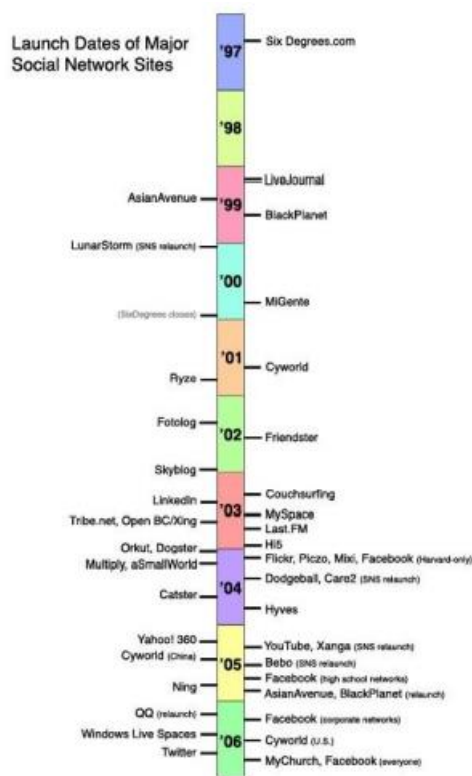


Figura 1- Evolução das redes sociais ao longo do tempo

Fonte: Boyd & Ellison (2008)

2.1 Tipologia das redes sociais

Segundo a literatura consultada, existem várias tipologias de redes sociais, como redes primárias e secundárias.

Berguer (1995), destacou que a rede primária consiste numa rede de ajuda espontânea composta por parceiros, parentes, filhos, vizinhos, ou seja, formada por indivíduos ligados uns aos outros através de vínculos informais no âmbito de relações não institucionais.

As redes sociais secundárias ou formais são de natureza menos espontânea e giram em torno de indivíduos (Pryke & Lee, 1995; Uzzi, 1999). Esta é composta por agências governamentais de ajuda e serviços de apoio, marcadas por vínculos formais dentro da agência (Alarcão & Sousa, 2007).

A literatura também categoriza as redes sociais como redes efêmeras e persistentes, sendo as primeiras associadas a um único evento, enquanto as últimas permanecem por um período considerável de tempo e parecem correlacionar-se com o nível de comprometimento entre os seus membros (Granovetter, 1982).

Milardo (1988), refere-se às redes íntimas ou de “outros significantes, as quais são constituídas pelos indivíduos considerados importantes, ou seja, os indivíduos cuja opinião acerca da sua vida é importante para o sujeito.”

Existem também redes hierárquicas compostas por outras redes, com redes superiores e inferiores, onde a primeira coordena as relações das camadas inferiores (Wasserman & Faust, 1994).

2.2 Características Funcionais das Redes Sociais

Para Brass (1984), a perspetiva da rede social está ligada à noção de que a interação social facilita ou restringe o acesso aos recursos. Indivíduos com acesso a mais recursos, tendem a ter redes sociais maiores e mais diversificadas, simplesmente porque conhecem mais pessoas e partilham um nível de disponibilidade que lhes permite ajudar e compensar essas pessoas pelo seu bem-estar, dotando-as de habilidades adquiridas.

Segundo Sluzki (1998), as principais funções da rede são o companheirismo social, apoio emocional, aconselhamento e orientação cognitiva, ajustamento social, assistência material ou de ferramentas, apoio técnico ou de serviços e aquisição de novos contactos.

Levine & Perkins (1997, p.229), sublinham “que as palavras, ações e sentimentos que constituem apoio podem variar de acordo com as pessoas, problemas e circunstâncias”.

Veiel & Baumann (1992), também afirmaram que é difícil definir claramente o apoio social, mas (Cutrona, 1996), definiu na sua revisão como “atos que demonstrem responsabilidade às necessidades dos outros”.

2.3 Motivações para aceder às redes sociais

As motivações para utilizar as redes sociais são variadas. Dessa forma, os comentários a seguir demonstram diferentes pontos de vista levantados por diversos autores que têm vindo a descodificar essa questão ao longo dos últimos anos.

Assim, dentre os inúmeros estudos realizados, o trabalho de Kim et al. (2011), aponta para o campo da motivação, identificando, a facilidade de comunicar com outras pessoas e aceder a outros aplicativos relacionados com as redes sociais; o divertimento, que envolve a troca de informações, discussões de experiências e temas e gostos partilhados, e práticas consistentes nos círculos de amizade, como assistir a vídeos e música, interagir e apoiar socialmente, conhecer e expressar afeto com outras pessoas próximas, desabafar problemas pessoais e mostrar interesse pelos outros como sinal de amor.

Num estudo mais aprofundado, Brandtzæg & Heim (2009), encontraram uma série de motivos que apontam para a utilização das redes sociais. Esses autores também mencionam a oportunidade de fazer novas amizades e conhecer novas pessoas como fatores atrativos para as utilizar, que acaba por ser visto como fácil e claramente incentivado por ser gratuito. Os autores também relatam alguns exemplos desses relacionamentos, começando pela existência de novos relacionamentos amorosos, encontrando novas pessoas relacionadas com a nova cidade ou área de trabalho para a qual o indivíduo se mudou e até mesmo encontrando novos relacionamentos.

Então, como um segundo motivo principal identificado por Brandtzæg & Heim (2009), a ligação com amigos conhecidos parece ser uma forma de manter a comunicação com eles. Essa ligação é principalmente para manter contacto com velhos amigos que podem ter frequentado a mesma escola ou outras atividades, amigos que saíram por motivos de estudo ou trabalho, entre outros.

Brandtzæg & Heim (2009), também consideram a procura de informações sobre temas gerais, a possibilidade de navegar nas páginas de outros utilizadores, procurar entretenimento aleatório, passar o tempo, comentar conteúdos (imagens e vídeos) criados por outros e enviar mensagens gratuitas para outros utilizadores, como exemplos de outros

motivos. Ressalta-se que estes autores identificaram a ligação com os familiares através das redes sociais como um motivo que apenas as entrevistadas do sexo feminino consideraram importante. Em geral, porém, o último fator teve pouca correlação.

Por sua vez, Waterson (2006), Rheingold (1993) e Preece (2000), argumentam que o aproveitamento de motivações de diferentes comunidades online pode até criar uma poderosa partilha de benefícios. Outros motivos a destacar são os relacionados com amizades e relacionamentos entre os utilizadores. De acordo com Valkenburg & Peter (2009), as ligações entre adolescentes em ambientes online e offline realmente ajudam a manter relacionamentos no segundo ambiente. Para reforçar esse conceito, Lampe et al. (2006), Ellison et al. (2007) e Barkhuus & Tashiro (2010), concluíram que os estudantes universitários utilizam as redes sociais, nomeadamente o Facebook, para manter relações offline com outras pessoas, em vez de encontrar novas. Esses aspetos iluminam a evolução dos tipos de comunicação, em que as redes sociais desempenham um papel importante na manutenção das relações entre os indivíduos, alterando os padrões de comunicação.

Ross et al. (2009), apontaram que indivíduos com altas taxas de extroversão utilizam as redes sociais como meio de entretenimento e como forma de transmitir comportamentos offline para plataformas sociais, os quais estão positivamente correlacionados com o bem-estar.

De acordo com Dutton et al (2009) e Jones & Fox (2009), os utilizadores mais jovens tendem a utilizar as redes sociais para fins de entretenimento e lazer, enquanto os utilizadores mais velhos, por outro lado, tendem a utilizar as redes sociais para procurar informações. Como Jones & Fox (2009) mencionaram, sobre saúde, compra de produtos e envio de e-mails.

Um estudo sobre motivação de Pai & Arnott (2013), revelou cinco características principais que atraem indivíduos para diferentes plataformas, incluindo jogos interativos, conversas instantâneas e procurar em páginas de outros utilizadores, que influenciam a forma como os utilizadores se comunicam entre si. As outras duas funções baseiam-se no upload de imagens e na possibilidade de personalizar determinados espaços, que, segundo o autor, são aspetos relacionados com as próprias imagens do utilizador.

2.4 Frequência / Modo de Utilização

Segundo Young (2009), pessoas ligadas à área de marketing observaram que mais de metade dos utilizadores aderem às redes sociais, tornando esses canais um dos principais meios de criação e partilha de conteúdo.

Por sua vez, Wire (2010) afirma que cerca de 23% do tempo que os americanos passam na Internet é gasto nas redes sociais, tornando essa atividade uma das mais utilizadas pelos cibernautas.

Na mesma perspectiva de utilização, Pallis et al. (2011), mencionaram que a utilização das redes sociais juntamente com a navegação por blogs foi a quarta atividade mais relevante na utilização da Internet. Os autores observaram dados num estudo realizado pela Nielsen, o que significa que cerca de dois terços dos cibernautas utilizam esse tipo de plataforma.

Segundo uma pesquisa realizada nos Estados Unidos por Brenner (2012), Ellison et al. (2007) e Sheldon (2008), cerca de 80% dos jovens de 12 aos 17 anos são utilizadores dessas plataformas. Numa outra faixa etária, os jovens entre os 18 e 29 anos apresentaram maior adesão, variando entre 86% e 94% dos entrevistados.

Por sua vez, Raacke & Raacke (2008), observaram que os universitários, em média, passam cerca de três horas por dia em diferentes redes sociais. Ellison et al. (2007), relataram menor duração nas redes sociais, sugerindo que os alunos gastam, em média, cerca de 10 a 30 minutos por dia no mesmo tipo de atividade.

Junco (2012), observou a frequência de acesso às redes sociais num dia normal numa amostra de 1500 estudantes universitários. Esses alunos visitaram o Facebook mais de cinco vezes em média e demoraram cerca de 100 minutos na rede.

Brandtzæg & Heim (2011), incluem a categoria de utilizadores 'sociais' que visitam essas plataformas para se ligarem com outros utilizadores através de conversas breves e informais.

2.5 O impacto das Redes Sociais no processo de Ensino Aprendizagem

Gardner (2000), argumenta que não existe uma inteligência, mas múltiplas inteligências humanas através das quais desenvolvemos simultaneamente múltiplas habilidades, sugerindo que o modelo atual de educação em sala de aula também está a ser readaptado pelo estímulo dessas habilidades recém-desenvolvidas.

Ensinar online pode ser um ato dinâmico e motivador. As Possibilidades de comunicação e facilidade de acesso à informação facilitam a formação de equipes interdisciplinares de professores e alunos, visando desenvolver projetos dirigidos à superação de desafios intelectuais (kenski, 2007, p. 74).

O escritor e cientista espanhol Castells (1999, p.385), refere-se a uma comunidade virtual “como uma rede eletrônica de comunicação interativa autodefinida, organizada em torno de um interesse ou finalidade partilhada, embora algumas vezes a própria comunicação se transforme no objetivo”. Ele afirma que os desenvolvimentos tecnológicos fornecem o suporte adequado para a comunicação. Segundo Martinho (2004), o potencial de uma rede está na sua capacidade de gerar conexões. Nas suas próprias palavras: “A densidade da rede não está relacionada diretamente ao número de pontos que a constituem, mas à quantidade de conexões que esses pontos estabelecem entre si. Esse é o aspeto mais importante e parece provar que a capacidade da rede ultrapassa em muito a mera soma de seus elementos.”

2.6 A Vantagem das Redes Sociais na Educação

A utilização das redes sociais na educação deve visar recursos tecnológicos como forma de complementar o ensino em sala de aula, com acesso a recursos de chat, fóruns de pesquisa, e-mail, entre outros, que criam e redirecionam descobertas no mesmo ritmo da tecnologia todos os dias.

Gallo (2006), apresentou algumas características positivas na utilização das redes sociais como ferramentas de ensino. Uma ampla gama de tópicos como a, troca de informações, facilidade de manipulação e alto grau de interconectividade entre os utilizadores, fazem do Orkut uma ferramenta popular e de sucesso entre jovens e adultos. Os aspetos alegres através da diversão, descontração e espontaneidade tornam o Orkut menos um ambiente de aprendizagem e mais um ambiente relacional para os utilizadores, mas muitos passam a acumular conhecimento através da fragmentação e/ou discussões geradas pelas comunidades virtuais. Nesse sentido, pode funcionar como aliado/parceiro, pois pode atender pessoas com interesses semelhantes e múltiplos pontos de vista, o que facilita a comunicação, amplia a cooperação e o reconhecimento mútuo (Gallo, 2006, p. 49).

2.7 Os jovens nas Redes Sociais

O trabalho de Notley (2009), teve como principal objetivo identificar os principais fatores que influenciam a utilização das redes sociais por adolescentes e jovens adultos australianos. Este estudo discute os conceitos de exclusão e inclusão nas sociedades digitais ao identificar setores de jovens excluídos dessas tecnologias. Os autores desenvolveram um modelo teórico composto por quatro dimensões relacionadas com a utilização das redes sociais: interesses pessoais, necessidades, relacionamentos e habilidades técnicas.

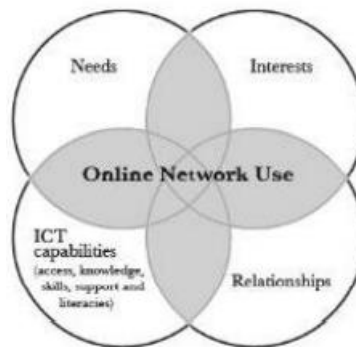


Figura 2- Fatores chave que influenciam a utilização das redes sociais

Fonte: Notley (2009, p.1214).

Segundo Clarke (2009), as amizades são muito importantes para os adolescentes, manter contato com os amigos e conversar online ajuda a construir a identidade. Durante a fase de transição, os jovens utilizam as redes sociais como fonte de apoio e conforto, tanto a nível cognitivo como físico. Nesse sentido, os jovens escolhem desde o início as redes sociais utilizadas pelos seus amigos e acabam a influenciar aqueles que os cercam (Boyd, 2009).

O estudo de Enochsson (2007), sobre a forma como os jovens comunicam online, revela que a comunicação se baseia em questões como “o que estás a pensar?”, “o que estás a fazer?”, “como estás?” e as respetivas respostas a estas questões. Essa comunicação é efetuada principalmente depois das aulas com os colegas de classe que estiveram mais recentemente na escola. Os jovens utilizam as redes sociais para manter contato com amigos e colegas, bem como com a família.

2.8 Redes Sociais Virtuais x Desempenho Académico

Devido à facilidade de acesso e diversas funções existentes nas páginas web, é possível verificar que o acesso excessivo por parte dos alunos durante o período escolar é prejudicial ao desempenho académico. Com base nessa premissa, Silva et al. (2012), investigou se a utilização das redes sociais pode estar associada ao desempenho académico de estudantes do curso de Contabilidade. Segundo os autores, a utilização desse tipo de rede mostrou-se independente do desempenho dos alunos, tanto entre utilizadores e não utilizadores, quanto entre grupos que navegaram nas redes sociais em diferentes momentos.

Por outro lado, pesquisas realizadas por Prado (2012), na Universidade do Alabama e na Lock Haven University, concluíram que aceder ao Facebook durante os eventos escolares atrapalha os processos cognitivos e dificulta o seu raciocínio. Curiosamente, de acordo com o estudo, os alunos analisados relataram que com a mesma frequência utilizaram outras redes virtuais, como e-mail e Google, mas apenas o Facebook teve um impacto negativo. Para os pesquisadores, essa questão pode ser norteadada pela forma como os alunos utilizam essas ferramentas; portanto, páginas web que facilitam a pesquisa académica, como e-mail e Google, podem não afetar negativamente o desempenho desses alunos.

Costa & Franco (2005), acreditam na educação baseada na Internet. Eles acreditam que a tecnologia da Internet pode facilitar a interação entre os alunos, o que permitirá a geração de conhecimento através da cooperação e da partilha de informações.

Já para Falcão (2012), a Internet proporciona dois aspetos à aprendizagem dos alunos: uma ameaça ou um recurso. Uma ameaça, pois as escolas e família não sabem gerir e orientar os seus alunos e filhos sobre a utilização adequada das redes sociais, o que torna esses acessos poucos relevantes.

O facto de a utilização da Internet poder afetar o desempenho académico pode estar relacionado com a incapacidade dos alunos de realizar mais do que uma tarefa ao mesmo tempo, como estudar e navegar nas redes sociais. Como aponta o estudo de Venn & Vrakking (2006), que cunharam o termo *Homo Zappiens* ao examinar a possibilidade de uma geração capaz de realizar multitarefas. Segundo os autores, essa expressão refere-se às habilidades cognitivas necessárias para a aprendizagem experiencial, bem como às habilidades de autorregulação e resolução de problemas que as crianças de hoje desenvolvem melhor do que as gerações anteriores.

As diferenças entre passado e presente são percebidas através de mudanças nas disciplinas educacionais à medida que os desenvolvimentos tecnológicos são atribuídos à relação ensino-aprendizagem ao longo do tempo. O autoritarismo do passado e a transmissão unilateral de conceitos e conhecimentos, com a chegada de todas as informações disponíveis aos alunos através da tecnologia, devem dar lugar a relações fortalecidas e empoderadas entre os indivíduos para enfrentar o dilema (Monteiro, 2013).

Reis (2012), argumenta que a dificuldade de concentração está relacionada com a sobrecarga de informações na utilização de redes sociais como e-mail e Twitter.

2.8.1 As Redes Sociais e o Ensino Superior

O rápido desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação trouxe mudanças no processo de ensino (Mazman & Usuel, 2010). Nas últimas décadas, as instituições de ensino superior têm investido fortemente na criação de um ambiente digital. As redes sociais fazem parte desses ambientes e, devido à sua ampla aceitação no meio acadêmico (ou seja, estudantes), apresentam-se como excelente meio de comunicação entre os alunos, entre eles e os professores e entre eles e as instituições de ensino. (Yu et al., 2010; Sánchez et al., 2011). Podem até promover a saúde mental dos alunos (Yu et al., 2010).

Principalmente utilizados pelo público jovem e abertos à utilização da tecnologia, esses ambientes são altamente informais e desempenham um papel muito importante na integração e compreensão contínua do conhecimento fora da sala de aula. Nesses ambientes, os jovens continuam as suas atividades educativas, ainda que num ambiente mais informal (Mazman & Usuel, 2010).

Do ponto de vista educacional, as redes sociais também são fontes de aprendizagem a serem consideradas, pois permitem a troca de conhecimentos e ideias, bem como a ampliação do conhecimento e a criação de novas redes mais concretas dentro da própria rede (Yu et al., 2010).

Segundo Sánchez et al. (2011), no atual contexto do ensino superior, cada vez mais professores e alunos são incentivados a utilizar a tecnologia eletrônica para enriquecer a sua experiência educacional. Nesse sentido, nos últimos anos, os professores têm recorrido às ferramentas da Web 2.0, nomeadamente às redes sociais, para criar atividades e conteúdos com mecanismos de partilha (Bicen & Cavus, 2011).

Na mesma linha, Simões & Gouveia (2009), referem que a utilização de tecnologias Web 2.0 no ensino superior podem promover a autonomia dos alunos e melhorar a sua capacidade de trabalho colaborativo, aumentando assim a eficácia do processo de ensino e aprendizagem. As redes sociais são parte integrante dessas tecnologias Web.2.0.

2.8.2 Os desafios na educação

Para começar a entender esses desafios, Moram (2013), comentou que há uma divisão na análise da sociedade e da educação, pois os sistemas tradicionais de educação em geral continuam repetitivos, burocráticos e escaláveis à medida que as sociedades passam por mudanças e enfrentam desafios cada vez mais complexos, por outras palavras, eles não conseguem atrair. Mesmo com teorias avançadas, na maioria das vezes, o que prevalece é um cenário conservador que repete um ponto já acordado sem tensão ou mesmo risco.

Os alunos de hoje não mudaram apenas em termos de progresso, nem simplesmente mudaram suas gírias, roupas, adornos corporais ou estilo como as gerações passadas. Há uma grande descontinuidade. Pode-se até chamar isso de "singularidade" - as coisas mudaram tanto que não há como voltar atrás. Essa chamada "singularidade" é a chegada e a rápida disseminação da tecnologia digital nas últimas décadas do século XX (Prensky, 2001, p. 1).

São vários os fatores que dificultam a utilização das redes sociais dentro de uma instituição de ensino superior, para compreender o contexto, dentre algumas dessas dificuldades, Santos (2005) informa que:

“A realidade das instituições de ensino consiste em uma estrutura, uma organização de tempo, espaço, currículo, que muitas vezes dificulta o desenvolvimento de novas práticas pedagógicas. São conexões institucionais que refletem conexões pessoais. Não basta que os professores queiram mudar. É necessário satisfazer seu desejo de construir algo novo, compartilhar momentos de dúvida e incerteza que o estimulem a reconstruir o processo de nova prática. Uma prática reflexiva que pode usar a tecnologia para reverter o atual processo educacional”.

2.8.3 Redes Sociais como Práticas Docentes

Autores e leitores, professores e alunos são integrados em redes de computadores no contexto de produção e aquisição de conhecimento. Possibilidades de comunicação e facilidade de acesso à informação facilitam a formação de equipes interdisciplinares de professores e alunos, visando desenvolver projetos direcionados à superação de desafios intelectuais; equipes focam-se em interligar o ensino à realidade em que vivem os alunos, procurando uma melhor compreensão de questões e situações encontradas no meio em que vivem ou no contexto social geral em que vivemos (Kenski, 2007, p. 74).

As redes sociais estão a criar verdadeiras alterações no ensino presencial e à distância. Freire (2002, p. 25), disse: “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar possibilidades para a sua produção ou sua construção”. Atualmente, a utilização de aplicativos (apps) oferece aos alunos uma variedade de possibilidades para desenvolver, criar, colaborar com o ensino e a aprendizagem em sala de aula, e até mesmo como forma de apoio à formação de professores.

Pinto et al., (2012), propõem combinar algumas redes sociais com seu próprio ambiente virtual de aprendizagem para tornar os alunos mais envolvidos no ensino:

“Assim, por um lado, além de incentivá-los a discutir temas relacionados à disciplina, o professor também pode se comunicar com os alunos sobre exames, trabalhos, exercícios e até eventos como palestras e congressos em suas instituições; por outro, os alunos podem utilizar o ambiente frequentemente visitado para se manterem informados sobre o que está acontecendo em suas aulas, liderar e/ou participar de discussões importantes, partilhar recursos (documentos, fotos, vídeos) e comunicar-se entre si.”

Percebe-se que as alterações trazem novas formas de ensino e aprendizagem. Para Moran (2013):

“O modelo tradicional está se tornando cada vez mais inadequado. Utilizar as novas tecnologias para a educação é um desafio que até agora não foi abordado em profundidade. Acabamos de fazer alguns ajustes, pequenas mudanças. Agora, na escola e no trabalho, podemos aprender de forma contínua e flexível, juntos em uma sala ou distantes, mas conectados por uma rede.”

2.9 As Redes Sociais mais utilizadas nas Instituições de Ensino Superior em Portugal

O sistema de ensino superior português é binário, coexistindo ensino universitário e politécnico. Ferreira (2009), esclarece a distinção entre estes dois subsistemas pedagógicos através da Lei n.º 49/2005 de 30 de agosto, que altera a Lei de Bases do Sistema Educativo e do Decreto n.º 74/2006 de 24 de março, que regulamenta os graus académicos e diplomas dos três ciclos de estudos superiores (Licenciatura, Mestrado e Doutoramento). O ensino universitário é focado na investigação, com maior visibilidade científica e os institutos politécnicos devem oferecer planos de estudos orientados para a profissão. A Rede Nacional de Ensino Superior inclui 27 universidades, 40 escolas universitárias, 17 politécnicos e 76 escolas politécnicas, num total de 160 instituições de ensino superior, públicas e privadas.

No âmbito deste trabalho, foi realizada uma pesquisa sobre as redes sociais mais utilizadas por todas as instituições de ensino superior em Portugal. Segundo os resultados da pesquisa as redes sociais mais utilizadas são o Instagram, Facebook, Twitter e WhatsApp.

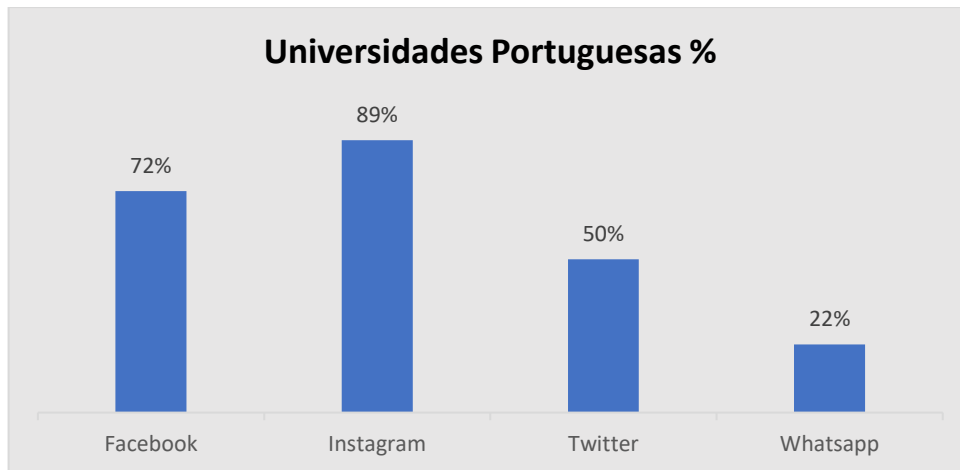


Figura 3- Redes Sociais mais utilizadas nas Universidades portuguesas

A pesquisa das redes Sociais existentes nas universidades portuguesas, foi realizada com base em 27 universidades portuguesas: Universidade Aberta, Universidade Ações, Universidade Algarve, Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro, Universidade Autónoma de Lisboa, Universidade Católica Portuguesa, Universidade Europeia, Universidade Fernando Pessoa, entre outras. Relativamente às redes sociais que estas utilizam, o destaque

vai para o Instagram com 89% de utilização pelas universidades portuguesas. O Facebook é a segunda rede social mais utilizada com 72% de utilização. Apenas 50% das universidades portuguesas utilizam o Twitter.

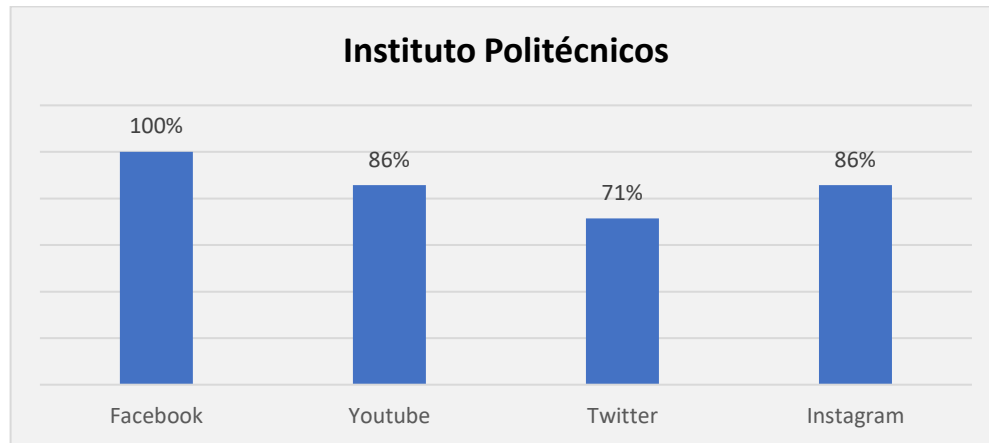


Figura 4- Redes Sociais mais utilizadas nos Institutos Politécnicos Portugueses

Em relação aos 17 politécnicos existentes em Portugal, a pesquisa revelou que o Facebook é a rede social adotada por todas estas instituições de ensino superior com (100%).

O Youtube e o Instagram têm uma taxa de utilização de 86% e apenas 71% dos politécnicos utilizam o Twitter.

Pelo facto destas redes sociais serem as mais adotadas pelas instituições de ensino superior em Portugal, é realizada uma apresentação mais detalhada de cada uma delas e demonstrada a sua importância para o processo educativo.

2.10 Instagram



Figura 5- Logótipo da rede social Instagram

A rede social Instagram, foi criada em 2010 por Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, segundo (Piza, 2012), para partilhar fotos e vídeos. No entanto, notou-se durante a utilização que a opção de foto é uma das formas mais comuns que os utilizadores utilizam para partilhar momentos do dia a dia. Seja em casa, no trabalho ou no lazer, as pessoas são livres para mostrar as suas vidas aos amigos, familiares e até estranhos.

Desde então, o número de utilizadores ativos cresceu rapidamente. Hoje, o Instagram tem mais de 150 milhões de utilizadores ativos, publicando uma média de 55 milhões de fotos por dia, e mais de 16 biliões de fotos foram partilhadas desde a sua criação (Hadayani, 2019).

O Instagram permite assumir várias funções: criar uma conta; publicar conteúdo (fotos ou vídeos); aplicar filtros; legendar fotos; identificar utilizadores e locais; adicionar #hashtags; postar comentários; seguir outros utilizadores e muito mais (Al-Ali, 2014).

Em suma, esta rede social possui diversos recursos, normalmente utilizados pelos seus utilizadores. Handayani (2019), classifica-os em 4 categorias, a saber:

1. **A interface do perfil do Instagram** – nesta página são apresentadas informações sobre o utilizador: fotografia de perfil, biografia da página, número de publicações; contagem de seguidores e de utilizadores que segue;
2. **Conteúdo do perfil** – permite que os utilizadores consultem as fotografias publicadas, em grelha. Para ver a fotografia com mais detalhe, o utilizador terá apenas de clicar nessa fotografia;
3. **Conteúdo da fotografia** – ao clicar numa fotografia, esta é exibida em tamanho real. Desta maneira, os utilizadores podem fazer comentários, “gostar” da fotografia ou ler comentários publicados anteriormente. Também é possível ler a legenda da fotografia, ver o local e os utilizadores identificados e consultar o número de “gostos” que a fotografia obteve;

4. **Ferramentas de navegação** – existem cinco ícones na parte inferior da aplicação: página inicial, explorar, partilhar, página de notificações e perfil do utilizador. Estas apresentam as ferramentas de navegação básica do Instagram. A partir destes recursos, os utilizadores, podem consultar as fotografias partilhadas por quem seguem na página inicial; procurar outros utilizadores ou #hashtags na página, explorar; partilhar novas fotografias; consultar as suas notificações (comentários e “gostos”) e consultar ou alterar o seu perfil de utilizador.

2.10.1 O Instagram enquanto Recurso Educativo

Serra (2008), define a Internet interativa, digital e colaborativa como uma biblioteca geral (caracterizada desde o início), onde se encontra tudo o que se deseja - desde informações mais genéricas até informações mais especializadas, (seja em enciclopédias digitais, bibliotecas temáticas, portais, fóruns, etc.), e essas informações estão disponíveis gratuitamente com um simples download. Como tal, a Internet é uma importante fonte de informação que pode servir de ponto de partida para soluções mais relacionadas com questões escolares. Algumas plataformas como Wikipedia ou Youtube estão a tornar-se mais relevantes, tanto em termos de quantidade e qualidade de conteúdo disponível, quanto em termos de número e qualidade de utilizadores.

Para Moura (2008), “conhecer as ferramentas existentes com potenciais educativos é também um imperativo para todos os atores do processo educativo” (p. 124). O autor cita os serviços Web 2.0 – termo que surgiu em 2004 com a proliferação de aplicativos como Wikipedia, YouTube, Blogger e MySpace, além de outras ferramentas que permitem aos utilizadores tornarem-se produtores de conteúdo (Moura, 2008). Assim, as redes sociais são um aspeto da Web 2.0.

As pesquisas de Dede (2008), Greenhow (2011), Halverson (2011), Manca & Ranieri (2013), sobre o potencial pedagógico da utilização de redes sociais no processo de ensino, mostram que essas ferramentas tecnológicas: colaboram; acedem a informações necessárias em tempo real; incentivam ao desenvolvimento de relacionamentos entre pares; principalmente, as redes sociais fornecem uma ponte entre os espaços sociais, de aprendizagem e lazer.

Há também estudos e pesquisas que relatam a utilização de várias plataformas das redes sociais em sala de aula, como o Facebook (Bowman & Akcaoglu, 2014), o Twitter

(Krüger-Ross, et al. 2012). No entanto, poucas pessoas mencionam a utilização do Instagram como ferramenta de ensino e aprendizagem.

Apesar da funcionalidade limitada do Instagram, Al-Ali (2014), sugere que a utilização dessa rede social em sala de aula pode trazer grandes benefícios. Segundo o mesmo autor, a plataforma prima pela riqueza de elementos visuais que se revelam mais atrativos para os alunos. Além disso, a utilização do Instagram em sala de aula pode melhorar a relação entre os alunos.

Vie (2008), destaca ainda que, dado que os alunos já estão tão familiarizados com as plataformas, a sua utilização não carece de adaptações da sua parte – ou seja, é algo “natural”. Segundo o mesmo autor, a inclusão de plataformas de redes sociais no processo de aprendizagem cria ligações entre o que é aprendido na sala de aula e eventos da vida real. No entanto, nas palavras de Vie (2008) citado por Al-Ali (2014), a facilidade de acesso do Instagram e a acessibilidade dos dispositivos móveis, “torna mais convidativo considerar a utilização desta plataforma dentro da sala de aula” (p. 3).

Segundo Gonçalves & Costa (2019), num estudo realizado a três universidades portuguesas, apurou-se que o Instagram ainda não está a ser utilizado de forma consistente pelas instituições de ensino superior. Ao contrário do que aconteceu com outras redes sociais, no Instagram, as 3 universidades analisadas não tinham uma estratégia de comunicação planeada. Como recomendação, o estudo mostra que, apesar de ser considerado um canal informal, é igualmente importante “ver o Instagram como um canal de rede social próprio, com uma informalidade maior do que outras plataformas das redes sociais” (p. 57).

De acordo com Santana (2016), a comunicação das instituições de ensino superior no Instagram pode ser entendida como “reservatório de informações, de memória e de comportamento para a construção de identidades” (p.117), ou seja, uma vez que os alunos utilizam a rede social, as instituições de ensino superior podem adotar a mesma ideia de tentar reter os alunos para que possam acompanhar e partilhar as suas experiências e o seu dia-a-dia na instituição. Ma & Saleem (2017), observam que os alunos já utilizam mais o Instagram do que o Facebook por ser uma rede social mais interativa, embora ainda esteja em crescimento.

Para potencializar a utilização do Instagram, é importante levar em consideração alguns aspetos para utilizar bem esta rede social. Assim, Gonçalves & Costa (2019) destacam

a importância de as instituições partilharem um link para o site da instituição no seu perfil do Instagram, por ser considerado uma ferramenta online mais institucional e formal com mais informações. A utilização de hashtags pelas IES (Instituições de Ensino Superior) também é importante, pois possuem uma grande vantagem, porque o conteúdo partilhado nesta rede social pode atingir um número maior de pessoas (Falcão, 2014).

De facto, num estudo realizado por Barbosa et al (2017) da Universidade de Aveiro, verificou-se que o Instagram era utilizado para atividades complementares no ensino da língua portuguesa para estudantes chineses que frequentavam a universidade. Segundo 5 publicações da universidade, numa semana, as habilidades discursivas linguísticas podem ser ampliadas e o estudo dos sistemas linguísticos estendido aos aspetos culturais. De facto, como sugerido por Mansor & Rahim (2017), o Instagram desempenha um papel importante na vida dos jovens não apenas em ambientes pessoais e de entretenimento, mas também em cenários de aprendizagem.

2.11 O Twitter



Figura 6- Logótipo da rede social Twitter

O Twitter foi lançado em março de 2006 como uma forma de socializar. Esta rede permite que uma pessoa envie uma mensagem instantânea de até 140 caracteres, chamada de Tweet, para os seus seguidores (ou seja, pessoas que optam por manter contacto). Essas mensagens podem ser enviadas de um computador ou smartphone (Spadaro, 2013).

O Twitter é uma realidade muito flexível porque pode ter várias funcionalidades: desde mensagens instantâneas (IM) a SMS, até uma verdadeira ferramenta de rede social, como uma forma especial de blog coletivo que permite criar, comunicar e integrar ideias, notícias e conceitos; em suma, um verdadeiro laboratório fervilhante de micro comunicações (Spadaro, 2013, p. 130).

2.11.1 O Twitter enquanto Recurso Educativo

Para utilizar o Twitter na sala de aula, os professores devem utilizar um recurso disponível chamado Lista. Todos os alunos podem ser incluídos, assim, quando tuitam, os alunos veem sem precisar de entrar em todos os perfis e ficar a procurar mensagens.

Num estudo realizado na Nova Zelândia, durante os estágios de ensino com futuros professores distantes entre si, Wright (2010), concluiu que a maior vantagem da utilização do Twitter foi a criação de um senso de comunidade entre os participantes. Quando confrontados com uma nova situação de aprendizagem, eles gostam de ler os tweets dos colegas e receber mensagens de apoio. O mesmo sentimento parece ocorrer nos estudantes universitários norte-americanos da Suny (Rath, 2011).

Num ambiente de ensino online, Dunlap & Lowenthal (2009), identificaram outras vantagens da utilização do Twitter: a interação rápida entre todos os participantes, a prática da escrita concisa, a escrita para uma audiência e, por fim, a manutenção das relações pessoais.

Para Sample (2009), a utilização do Twitter pode ser colocada num cenário educacional através de uma matriz baseada em dois eixos (Figura 7), categorizada como matriz de adoção do Twitter, apresentado na seguinte figura:

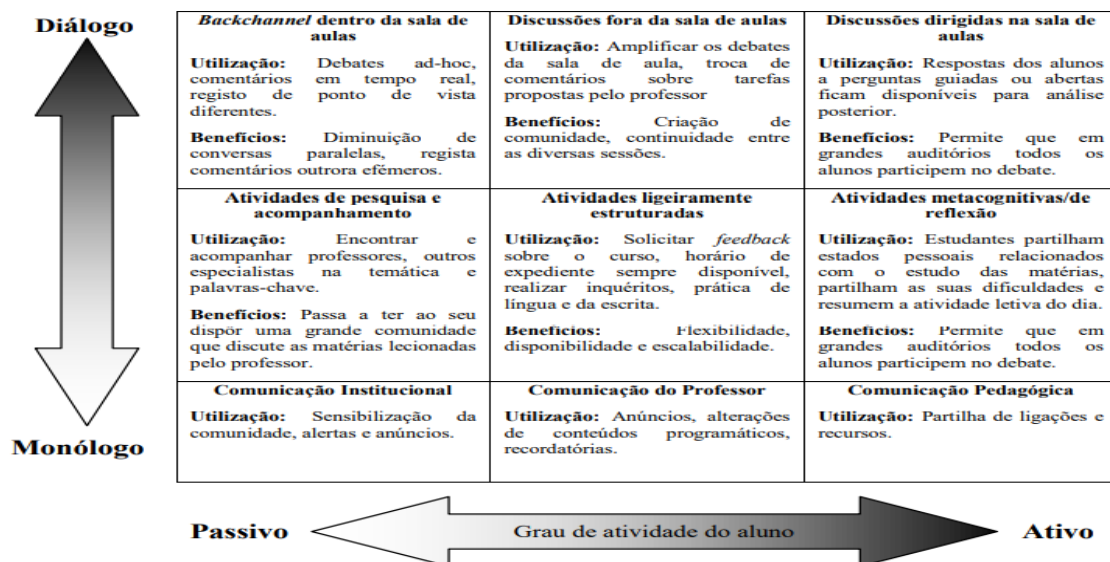


Figura 7- Matriz de adoção do Twitter

Fonte: Adaptado de Sample (2009)

De acordo com Sample (2009), o Twitter é utilizado como backchannel dentro da sala de aula e para discussões fora da sala de aula, resultando em tweets que são distribuídos em três categorias distintas:

- 1) Publicar notícias e partilhar recursos relevantes para a turma;
- 2) Fazer perguntas e esclarecer dúvidas acerca das leituras propostas;
- 3) Escrever comentários sarcásticos e irreverentes acerca das leituras propostas e sobre o professor.

2.12 O Facebook



Figura 8- Logótipo da rede social Facebook

O Facebook foi criado em 2004 por estudantes da Universidade de Harvard cujo projeto original era colocar em rede os perfis dos alunos da universidade. Devido ao seu rápido sucesso, a rede abriu em 2006 para qualquer pessoa que tenha concluído seus estudos, tenha 18 anos ou ensino superior, e a ideia básica é conectar e socializar com os alunos (Spadaro, 2013).

Segundo Spadaro (2013), o número de utilizadores do Facebook cresceu muito rapidamente, chegando a 1 milhão de utilizadores em outubro de 2012, oito anos após sua criação. Como resultado, tornou-se a maior rede social do mundo e deixou de ser exclusiva para estudantes universitários.

Assim, para Spadaro (2013, p.95), “A capacidade de conectar pessoas é, pois, o ponto forte do Facebook”. Devido ao grande número de pessoas e recursos que o Facebook disponibiliza, este pode ser utilizado como ferramenta colaborativa no processo de ensino, principalmente no ensino superior, onde a maioria dos estudantes possui perfis.

O Facebook tornou-se não apenas um canal de comunicação e destino para pessoas interessadas num assunto para pesquisar, partilhar ou aprender, ou seja: é uma ferramenta popular; fácil de utilizar; não requer desenvolvimento interno ou compras de software; é útil para alunos, professores e funcionários; permite a integração de vários recursos; fornece acesso alternativo a diferentes serviços; permite controles de privacidade (podemos controlar

quais informações queremos que os outros vejam sobre nós); mais importante, não podemos ignorá-lo (Gonçalves e Patrício, 2010, p. 7).

2.12.1 O Facebook Enquanto Recurso Educativo

Para Bettio et al. (2012), ao utilizar o Facebook, é possível criar perfis por turma, criar grupos por disciplina, auxiliar os professores nas atividades e aumentar e incentivar a participação de empresas relacionadas com o Facebook. Para esses autores, os professores também podem responder às perguntas dos alunos, publicar listas para praticar exercícios, acompanhar e avaliar trabalhos, publicar cronogramas de atividades, entre outros; os alunos podem fazer perguntas aos professores, comunicar com outros alunos, partilhar conhecimentos em grupos.

De acordo com Bettio et al. (2012), além dos grupos, o Facebook disponibiliza diversas ferramentas que podem ser utilizadas para apoiar o ensino, como:

- **Chat** – permite comunicação em tempo real. Um excelente recurso para atender e tirar eventuais dúvidas aos alunos;
- **Fotos e Vídeos** – permite que os professores publiquem imagens e vídeos sobre temas da aula, para serem analisados e/ou discutidos entre os alunos. Aos alunos, é possível publicar fotos e vídeos de trabalhos e atividades realizadas;
- **Eventos** – permite a criação, divulgação e confirmação de presença, de qualquer evento, como datas de avaliação, entregas de trabalhos, seminários, palestras, entre outros;
- **Comentários** – permite realizar textos sobre qualquer publicação - texto, vídeo ou imagem – através dos comentários, é possível criar um ambiente de debates e discussões ou simplesmente solicitar ao aluno que expresse a sua opinião sobre o assunto publicado. Excelente recurso para avaliação;
- **Inquéritos** – permite realizar uma pesquisa rápida e objetiva com os alunos;
- **Conteúdos** – permite criar novas páginas dentro de cada grupo, podem ser utilizados assuntos diversos e ficam armazenados por tempo indeterminado

Segundo Amante (2014, p.33), o Facebook é utilizado para manter contacto com velhos amigos e para manter ou fortalecer relacionamentos caracterizados por alguma forma de ligações offline. O Facebook pode ajudar a transformar ligações sociais em potencial em relações através das informações que fornece e da facilidade de interação que pode inspirar relações que não existiam de outra forma.

Portanto, no Facebook, todas as interações com a linguagem, mesmo as mais intuitivas, são formas de expressão, ecoando o que os outros dizem, posicionando-se diante dos factos e constituindo-se como sujeito. A interação através de elementos não verbais, como gestos e imagens, também é muito utilizada no Facebook. Reagir de forma espontânea com emojis, emoticons, adesivos, GIFs, memes e muito mais. Essas imagens fáceis de utilizar têm uma função discursiva no espaço, ampliando a nossa expressão e orientação diante dos factos (Paiva, 2016).

É importante ter em mente que o Facebook está associado ao ensino académico desde o seu início. Hoje, as universidades veem a ferramenta de comunicação como essencial para colaborar com o público e uma forma de se posicionar melhor em relação à concorrência (Avram, 2014).

Dessa forma, fica evidente a importância do Facebook na comunicação estratégica da universidade. Através desta ferramenta, as instituições de ensino superior podem partilhar conteúdos envolventes e dinâmicos para atrair o seu público-alvo e atrair novos seguidores (Moraes, 2014). Reuben (2008), deu um passo além e concluiu na sua pesquisa que o Facebook desempenha um papel importante no relacionamento com os ex-alunos, pois eles podem promover a universidade através de seu testemunho.

Segundo Sanchis (2013), o Facebook é a rede mais utilizada pelos jovens da Universidade de Alicante, pelo que os autores salientam a importância de as instituições de ensino superior adotarem a plataforma nas suas estratégias de comunicação.

No mesmo sentido, Scherer & Farias (2018) também veem o Facebook como uma ferramenta de apoio aos alunos, permitindo que a comunicação e a partilha de informações beneficiem da rede social.

2.13 WhatsApp



Figura 9- Logótipo da rede social WhatsApp

O WhatsApp é uma ferramenta multiplataforma que utiliza a Internet para enviar e receber mensagens instantâneas de forma gratuita e ilimitada. A ferramenta pode enviar, imagens, áudio e vídeo para outras redes sociais. Existem outros ótimos recursos, como: a capacidade de criar grupos de até 256 membros, transferir conversas, fazer chamadas, anexar documentos, mapas, localização do utilizador, status e muito mais. Uma das principais vantagens deste aplicativo é que faz a sincronização com a lista de contactos, não sendo necessário lembrar nomes de utilizadores e senhas, basta adicionar ou salvar números de contactos telefónicos (Alencar et al., 2015).

2.13.1 O WhatsApp enquanto Recurso Educativo

O WhatsApp é uma ferramenta utilizada pela maioria, senão por todos, os alunos do ensino superior para facilitar o processo de comunicação entre alunos e professores, bem como entre alunos, podendo criar cenários favoráveis para os alunos debaterem sobre diferentes temas da disciplina (Paiva et al., 2016). Honorato & Reis (2014, p. 3), afirmam que “para os alunos as vantagens do aplicativo WhatsApp são de passar informações sobre as matérias, tirar dúvidas sobre conteúdos, tarefas ou trabalhos”.

Vários autores estudaram recentemente a utilização do WhatsApp na educação, como por exemplo, Kaieski, Grings & Fetter (2015), mostrando que a utilização do WhatsApp promove maior envolvimento e colaboração dos alunos no processo de ensino. Pereira et al. (2015), afirmam que o WhatsApp é muito mais do que um simples distribuidor de conteúdo. Souza et al. (2014), são da opinião que o WhatsApp é uma das ferramentas mais empreendedoras do mundo, e o seu maior atrativo está na possibilidade da troca instantânea de informações entre utilizadores de todo o mundo através de tecnologia e inovação. Neri (2015), afirma que o WhatsApp pode ser utilizado com ferramentas multimídia para tornar as salas de aula mais envolventes, melhorando assim o relacionamento entre alunos e professores.

A partilha de informação proporcionada pelo WhatsApp vem de uma forma quase natural, aliada ao conceito de "encontrar algo e utilizá-lo para fazer novos objetos (Amry, 2014).

Para além desta construção coletiva do conhecimento, verifica-se que o WhatsApp facilita, também, o desenvolvimento de aprendizagens colaborativas na medida em que: “seja espontâneo ou dirigido pelos professores, cria uma atmosfera de cooperação, solidariedade e aproximação para resolver problemas e enfrentar os desafios” (Bouhnik & Deshen, 2014, p. 229).

No entanto, existem algumas limitações para utilizar o WhatsApp num ambiente educativo. Por um lado, autores como Bouhnik & Deshen (2014), mencionam a dificuldade de manter uma linguagem adequada e, por outro, alertam para a necessidade de controlar o fluxo de mensagens.

Em geral, segundo Paulino et al. (2018), os alunos identificaram a conquista de um novo espaço de aprendizagem como um desafio estimulante, enfatizando a comodidade de participar numa sala de aula sem ter que se deslocar para outro espaço físico. Segundo eles, “se mais aulas como essa fossem propostas, teriam a chance de aprender sem ter que lidar com inconvenientes do transporte, ou de combustível, possibilidades de atraso, enfermidades que os impedem de se deslocar, entre outros.”

Paulino et al. (2018, p. 177), também constataram que a utilização do WhatsApp tem um grande potencial pedagógico, pois com esta ferramenta, habilidades como, liderança apreciativa, exercício de feedback e gestão de conflitos, quando já se estabelece um bom relacionamento entre professores e alunos, também pode substituir os encontros presenciais na gestão académica, para consolidar conceitos teóricos previamente estudados e facilitar o debate para ampliar os horizontes críticos dos alunos. “E que deve ser utilizado sempre que estiver em consonância com as competências e objetivos de aprendizagem esperados para aquele determinado momento da formação”. Embora os autores tenham analisado a utilização do WhatsApp em cursos de medicina, muitas de suas conclusões podem ser utilizadas para analisar o seu potencial de utilização em processos de ensino superior.

Capítulo 3: Enquadramento do Estudo

Neste trabalho de projeto, a técnica de recolha de dados utilizada foi o inquérito. Segundo Duhamel & Fortin (2009, p. 168), o inquérito “designa toda a atividade de investigação no decurso da qual são colhidos dados junto de uma população ou porções desta com o objetivo de examinar atitudes, opiniões, crenças, ou comportamentos desta mesma população”.

Considerando que as pesquisas envolvem sempre fazer perguntas aos indivíduos, isso pode ser feito através de entrevistas ou questionários. A forma mais fácil de pesquisar um grande número de pessoas é através de questionários, que, além da entrega manual, podem ser enviados pela Internet para obter respostas mais rápidas e com menor custo (Coutinho, 2018).

Na fase analítica foram recolhidos e analisados os dados que se pretendiam observar, de modo a responder às questões formuladas. Nesta fase foram aplicados inquéritos por questionário aos alunos do ensino superior em Portugal. Os alunos que participaram no estudo são das seguintes instituições: Instituto Politécnico de Tomar, Instituto Politécnico de Beja, Instituto Politécnico de Bragança, Universidade de Évora, Instituto Politécnico de Lisboa, Universidade Autónoma de Lisboa.

Na fase de conclusão, através da discussão dos resultados e do suporte das respostas, procuramos responder à questão de investigação para tirar conclusões de forma a contribuir para a melhoria do conhecimento e fazer recomendações para futuras investigações.

Foi elaborado um inquérito por questionário online, com recurso à ferramenta Google Forms, que facilitou não só a sua divulgação online como também o acompanhamento e recolha das respostas.

A recolha de dados ocorreu de 2 a 18 de junho de 2022. Após a primeira solicitação de preenchimento do questionário via online foi necessário, voltar a solicitar o preenchimento do mesmo. Após o término da recolha, estes foram interpretados e analisados de acordo com a questão de pesquisa formulada e os objetivos identificados.

O questionário está estruturado em três partes: Caracterização Sociodemográfica; a Relação dos Alunos com as Redes Sociais e Tópicos sobre a Utilização das Redes Sociais.

3.1.Tratamento dos dados com Microsoft Power BI

Como já acima indicado, o inquérito foi construído numa plataforma online, o Google Forms. De modo a analisar toda a informação recolhida através da aplicação do inquérito por questionário, os dados recolhidos foram analisados utilizando a plataforma de análise Microsoft Power BI. De modo a facilitar a visão global e compreensão dos resultados obtidos utilizaram-se elementos visuais do Power BI.

Essa ferramenta foi escolhida para análise dos dados recolhidos, porque no âmbito da parte curricular de mestrado em Analítica e Inteligência Organizacional (MAIO), foram lecionadas várias ferramentas de análise de dados, entre elas o Power BI.

3.1.1. Microsoft Power BI

Uma das principais características do Business Intelligence (BI) é fornecer ferramentas user-friendly que tornem os dados verdadeiramente disponíveis para o utilizador final. Querendo trabalhar em conjunto com a finalidade de atingir objetivos comuns da empresa, a solução para partilhar informações num ambiente corporativo, passa pela utilização da gestão do conhecimento, da gestão do conteúdo e de plataformas organizacionais (Ferrari & Russo, 2016).

Segundo Floriano et al. (2016), o Power BI Desktop possui versões somente para o sistema operativo Windows e o mesmo é atualizado mensalmente, sendo que parte dessas atualizações são provenientes de comentários e sugestões dos seus utilizadores.

O Power BI pode utilizar uma grande variedade de fonte de dados, desde a folha de cálculo Excel ou bases de dados locais, até serviços na nuvem, sendo compatível com o Salesforce, Facebook e Google Analytics, conforme indicado pela Microsoft na Figura 10. O Power BI é capaz de fazer a formatação dos dados para posteriormente modelá-los e visualizá-los de diferentes maneiras (Microsoft, 2018). Ainda de acordo com a Microsoft (2018), o Power BI é “robusto e de nível empresarial, pronto para ampla modelagem e análise em tempo real, bem como para um desenvolvimento personalizado” e que pode servir como um “mecanismo de decisões e análise por parte de projetos de grupo, divisões ou empresas inteiras”. Microsofttech (2017), afirma que o Power BI por ser de fácil manuseamento, permite que qualquer pessoa possa utilizá-lo para fazer análises adaptadas aos seus negócios e que todos os stakeholders compreendem as ideias de negócio ali demonstradas.



Figura 10- Exemplos de fontes de dados a serem utilizados no PBI.

Fonte: Microsoft (2018)

De acordo com a Microsoft (2019), o Power BI é uma solução de SSBI (Self Service Business Intelligence), que significa que é possível construir e ativar rapidamente uma solução de análise de dados. O Power BI é composto por três características principais:

- Características de Excel: utilizadas para fornecer análise de dados aos utilizadores;
- Power BI para Office 365: aqui os utilizadores podem partilhar relatórios, realizar queries online e melhorar a capacidade de aceder a dados e relatórios;
- Infraestrutura de TI para Power BI, que permite uma forma simples de administração e gestão de dados.

“A ferramenta possui uma gama muito ampla de funções ao utilizador, algumas delas, de acordo com Alves (2019) “:

- Criar Storytelling: permite narrar visualmente uma história com dados. Tal recurso facilita a compreensão de informações que sofreram atualizações com o tempo. Torna possível a criação de uma linha do tempo de maneira personalizada;
- Exportar para o PowerPoint: possibilita exportar os relatórios do Power BI para o PowerPoint. Apresentações feitas no PowerPoint permitem facilitar a compreensão da informação, uma vez que disponibiliza recursos de imagens, sons, textos, vídeos e ampla gama de efeitos de animação e composição de slides;
- Utilizar o Quick Insights: cuja ideia central é permitir que o utilizador encontre informações úteis nos seus dados, ou seja, o serviço examina os conjuntos de dados e realça todas as informações que possam ser relevantes.

- Criar e configurar um dashboard: os principais objetivos desse recurso são facilitar a visualização e a compreensão dos dados para a tomada de decisão. Elementos visuais como gráficos e indicadores de gestão, permitem aos gestores acompanhar o evoluir das metas e dos resultados com mais clareza, pois são elementos altamente interativos, dinâmicos, personalizáveis e intuitivos;
- Fazer perguntas sobre os dados utilizando uma linguagem natural: recurso que permite fazer perguntas aos dados e de forma instantânea, obter respostas úteis e confiáveis através de gráficos, tabelas e mapas utilizando uma linguagem de alto nível.

A análise dos dados do questionário apresentados neste trabalho será demonstrada através de visualizações feitas com o Microsoft Power BI Desktop. Na Figura 11 está ilustrado o ecrã principal do Power BI Desktop.

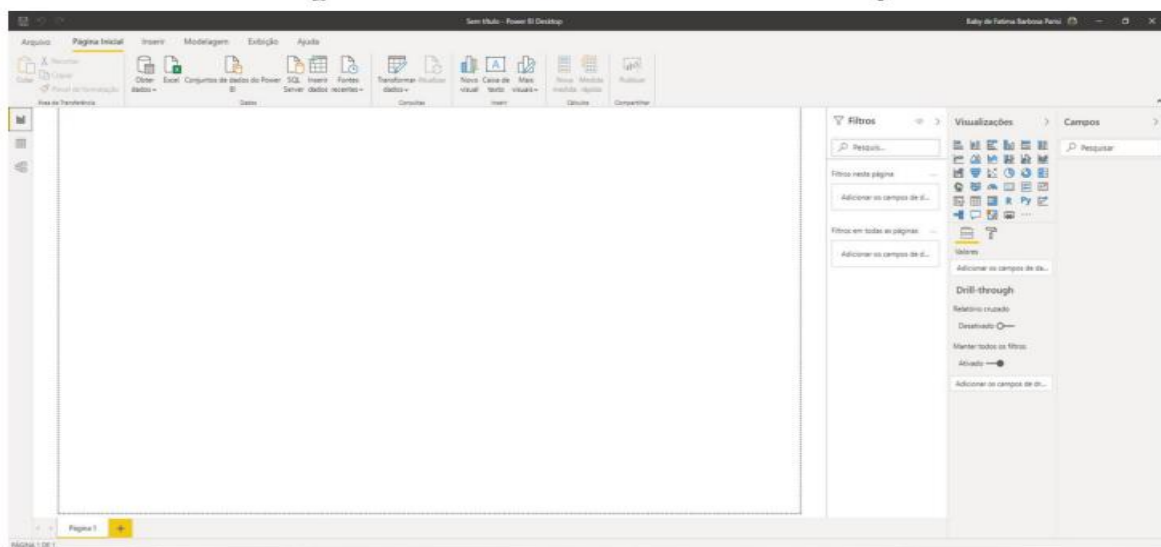


Figura 11- Ecrã inicial do Power BI Desktop

Fonte: Power BI Desktop, 2022.

Na Figura 12, é possível visualizar a variedade de fontes de dados disponíveis no Power BI.

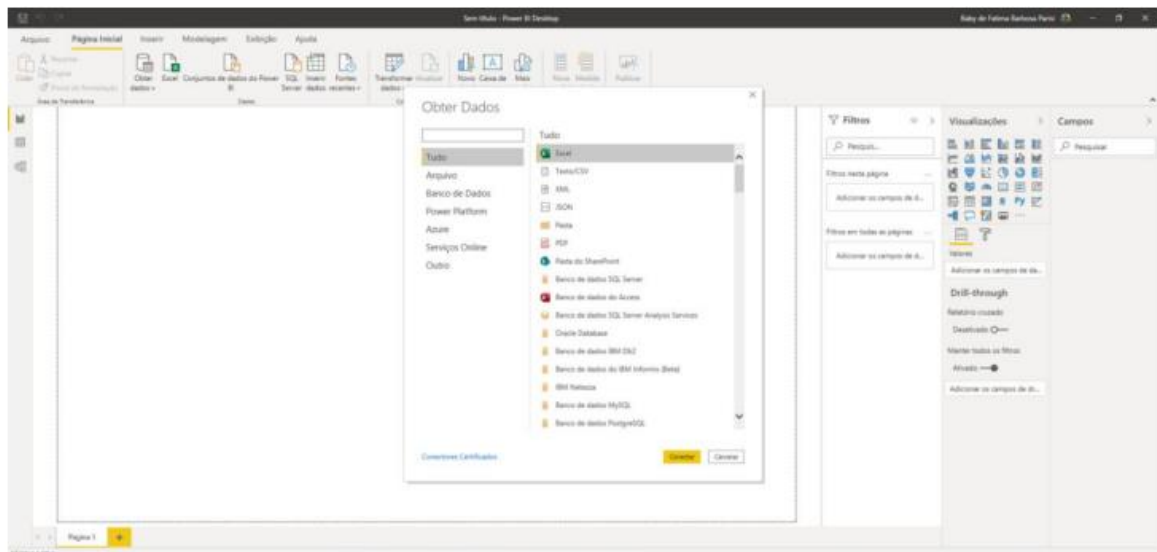


Figura 12- Função 'Obter Dados'

3.1.1.1. Versões

De acordo com Silva (2019) são 3 (três) as versões do Power BI:

- **Gratuita:** permite a ligação a diversas fontes de dados, a construção de modelos de dados utilizando o Power Query e a criação de análises avançadas e relatórios interativos;
- **Pro:** possui as funcionalidades da versão gratuita e tem a possibilidade de publicar na web, criar e colaborar em Workspaces, partilhar dashboards entre os utilizadores de uma organização e ainda visualizar relatórios inseridos em aplicações Web internas (intranet);
- **Premium:** possibilita a partilha dos relatórios dentro e fora da organização, sem a necessidade de outro utilizador comprar uma licença. Fornece recursos dedicados à execução do serviço do Power BI e está voltada para a capacidade de processamento.

3.1.2. Dashboards

O objetivo dos dashboards em BI, é fornecer aos utilizadores a informação de forma imediata e facilmente compreensível. De acordo com Microsoft (2019), um dashboard é uma página única que conta uma história através de visualizações gráficas. Visto que está limitada a uma página, um dashboard vai conter apenas os elementos mais importantes daquela história (Dedić & Stanier, 2016).

3.1.3. Relatórios

Um relatório do Power BI, permite a exibição de várias perspetivas de um conjunto de dados com recursos visuais, que representam diferentes detalhes desse mesmo conjunto de dados. Um relatório tanto pode ter apenas um componente visual ou várias páginas com vários componentes visuais (Dedić & Stanier, 2016).

3.1.4. Visualizações do Power BI contidas neste estudo.

A fim de auxiliar a apresentação visual das análises, segue abaixo alguns exemplos de visualizações utilizadas neste estudo:

- Gráficos de barras e colunas;
- Cartões: número único;
- Gráfico Circular.

O gráfico de barras ou colunas é um gráfico padrão para observar um valor específico entre categorias diferentes.

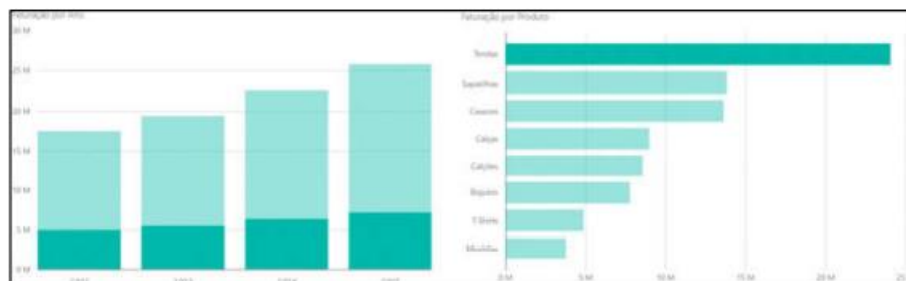


Figura 13- Gráficos de Barras e Colunas

Fonte: Microsoft (2019)

Utilizando o cartão de número único, é possível destacar um valor total como o total de vendas.



Figura 14- Cartão Número Único

Fonte: Microsoft (2019)

O gráfico circular permite apresentar a área com um valor percentual de acordo com cada item. Quanto maior for a percentagem maior será a fatia e consequentemente, quanto menor for a percentagem menor será a fatia apresentada no gráfico.

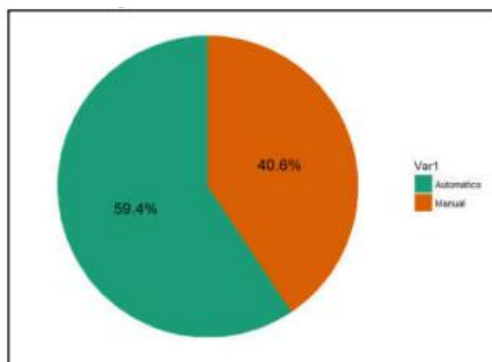


Figura 15- Gráfico Circular

Fonte: Microsoft (2019)

Capítulo 4: Apresentação e Análise dos Resultados

Neste capítulo é realizada a apresentação e análise dos resultados obtidos do questionário aos alunos, para apurar a importância das redes sociais no desempenho académico dos alunos do ensino superior em Portugal, questão principal deste trabalho.

Antes da distribuição dos questionários, as instituições do ensino superior foram consultadas, por telefone ou emails, para aferir de possibilidades de participação no questionário, das quais poucas aceitaram colaborar, visto que a maior parte não colaboraram por motivos relacionado com restrições e privacidade dos dados. Cabe ressaltar que o questionário utilizado continha 26 perguntas, que na sua maioria eram de escolha múltipla direcionadas aos estudantes do ensino superior em Portugal.

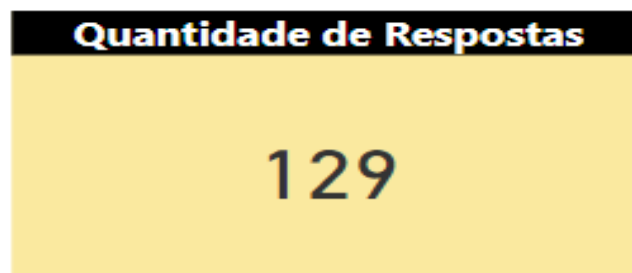
Após o envio do questionário aos alunos do IPT por parte do Gabinete de Comunicação e Relações-Públicas do Instituto Politécnico de Tomar, foi publicado na lista de alunos, a partir da data de envio, para que estes respondessem. O questionário foi igualmente enviado para outras instituições de ensino superior em Portugal.

4.1.Caracterização Sociodemográfica

Começamos o relatório colocando a informação de quantos alunos responderam o questionário e então criamos uma medida utilizando a função **Distinctcount** que contará a quantidade de valores distintos de uma coluna e utilizamos a coluna de índice que criamos.

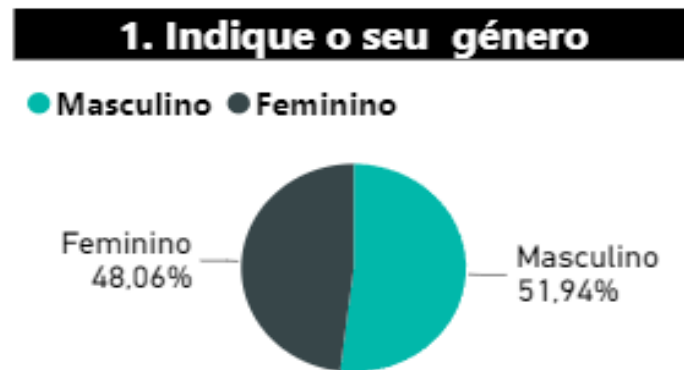
Quantidade de resposta = **DISTINCTCOUNT** ('Form Response 1'[Índice]).

No total foram recolhidas 129 respostas.



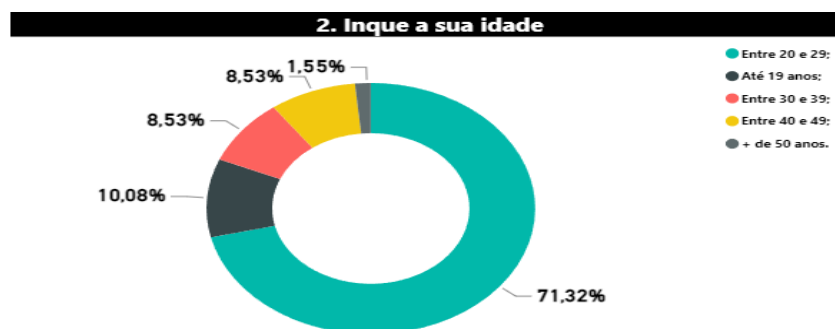
Gráficos 1- Quantidade de respostas obtidas pelos alunos do ensino superior em Portugal

Através da análise do Gráfico 2, verifica-se que a amostra de estudo é constituída na maioria por indivíduos do género masculino (51,94%) e 48,06% por indivíduos do género feminino. Podemos assim concluir que a maioria dos respondentes são do género masculino.



Gráficos 2- Indique o seu género

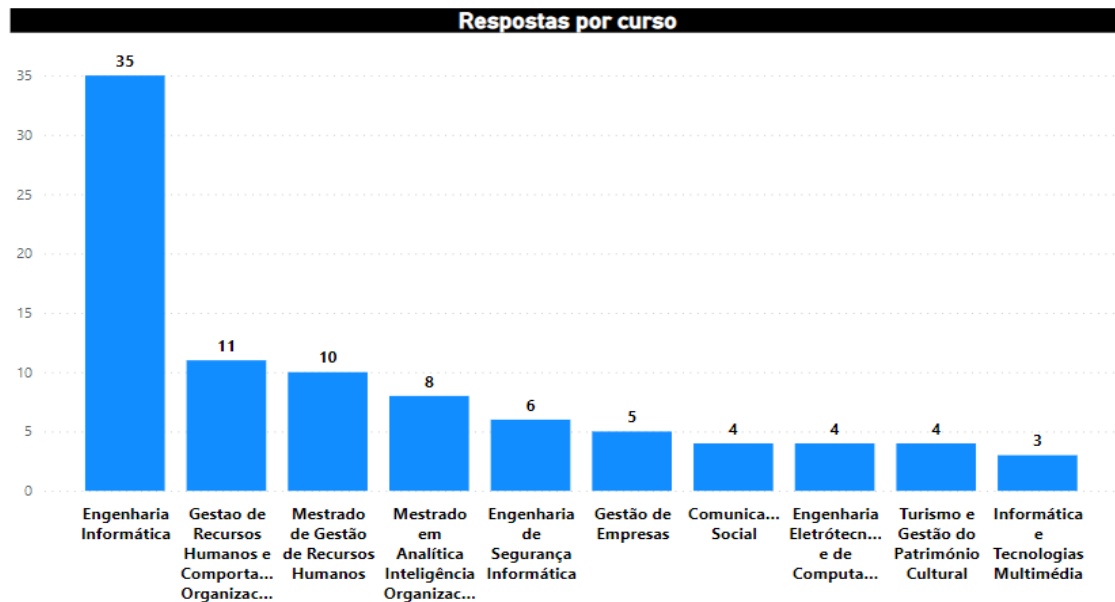
Através do Gráfico 3, podemos observar que 10,08% dos alunos têm idade até aos 19 anos, 71,32% têm idade compreendida entre os 20 e 29 anos, 8,53% têm idade entre os 30 e 39 anos, 8,53% estão na faixa etária entre os 40 e 49 anos e apenas 1,55% tem mais que 50 anos. Assim podemos concluir que entre estes alunos as idades variam dos 19 a mais que 50 anos e, no que diz respeito faixa etária mais frequente, esta situa-se entre os 20 e 29 anos.



Gráficos 3- Indique a sua idade

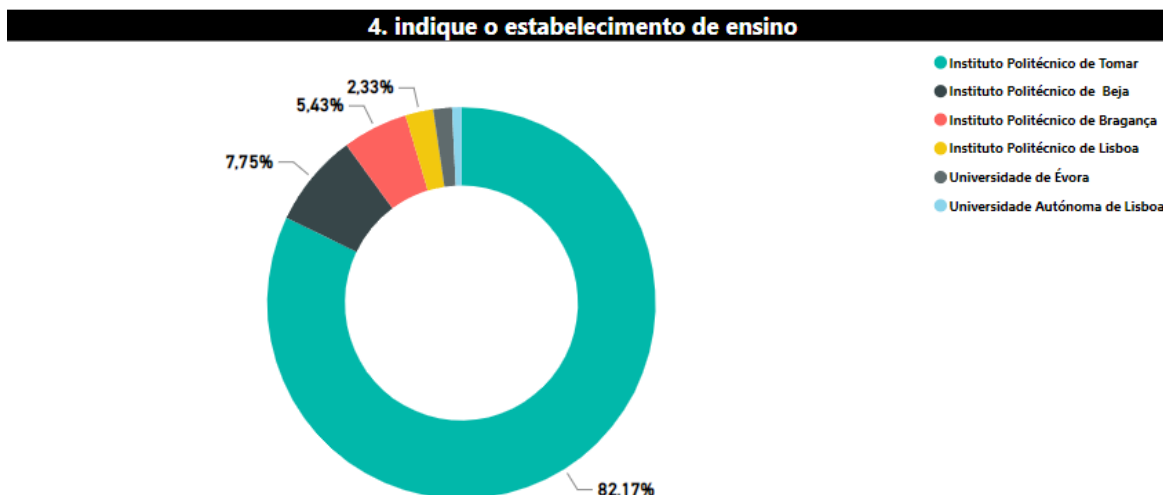
Relativamente aos cursos que os alunos frequentam, pode observar-se (Gráfico 4), que a maioria dos alunos 35 (38,89%), frequentam o curso em Engenharia Informática e a segunda frequência mais significativa, 11 (12,22%) dos alunos frequentam o curso de

Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional. Devido à dispersão de respostas, optou-se por apresentar graficamente apenas os resultados com maior número de respostas.



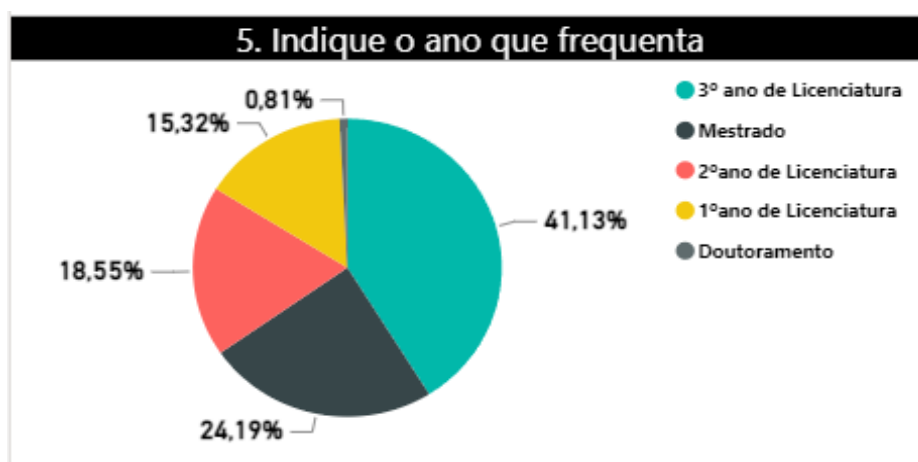
Gráficos 4- Qual o curso que frequenta?

No Gráfico 5, pode-se observar que a maioria das respostas foi obtida no Instituto Politécnico de Tomar. É inerente que estes à partida apresentam uma diferença significativa na percentagem de resultados obtidos por instituições, nomeadamente, 82,17% das respostas obtidas são do Instituto Politécnico de Tomar, 7,75% das respostas no Instituto Politécnico de Beja, 5,43% de respostas obtidas do Instituto Politécnico de Bragança e 2,33% no Instituto Politécnico de Lisboa.



Gráficos 5- indique o estabelecimento de ensino

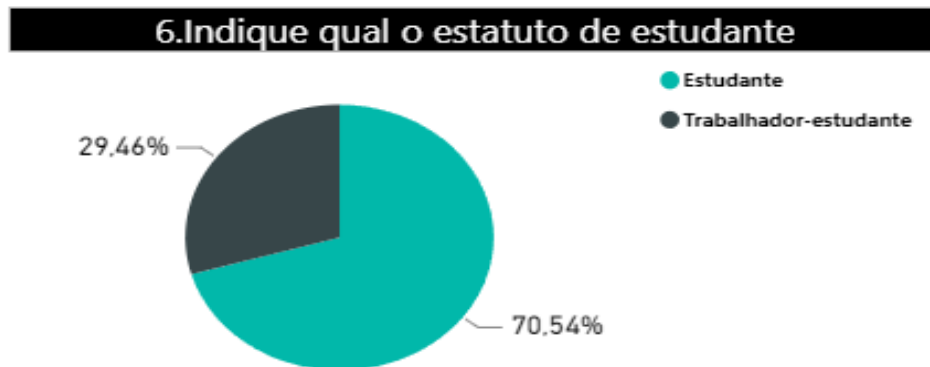
No Gráfico 6, no que diz respeito ao ano de escolaridade que os alunos frequentam, podemos observar que na sua maioria 41,13% dos alunos são do 3º ano de licenciatura, 24,19% são alunos de mestrado, 18,55% frequentam o 2º ano de licenciatura, 15,23% são estudantes do 1º ano de licenciatura, e apenas 0,81% são alunos de doutoramento.



Gráficos 6- Indique o ano que frequenta

Os alunos presentes na amostra fazem parte de uma época que estudar e trabalhar tornou-se comum, pela noção de uma necessidade de evolução académica por parte de muitos profissionais já em atividade. Assim, é possível perceber que, no Gráfico 7, que diz

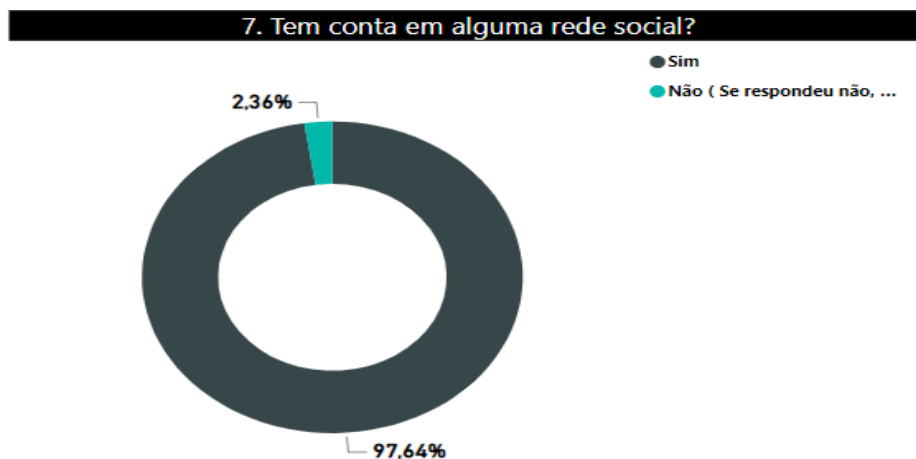
respeito ao estatuto de estudante, 29,46% dos alunos afirmaram ser trabalhadores-estudantes, e maior parte dos alunos (70,54%), afirmaram ser somente estudantes.



Gráficos 7- Indique qual o estatuto de estudante

4.2. A relação dos Alunos com as Redes Sociais

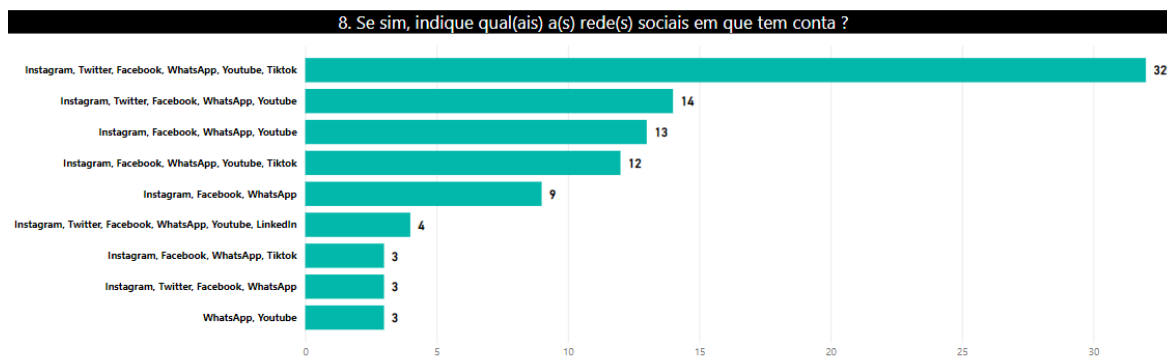
Relativamente a conta em redes sociais, aferiu-se que 97,64% dos alunos têm conta criada nas redes sociais, o que demonstra que a maior parte dos alunos estão familiarizados com as redes sociais e apenas 2,36% não tem conta criada nas redes sociais (3 alunos).



Gráficos 8- Tem conta em alguma rede social?

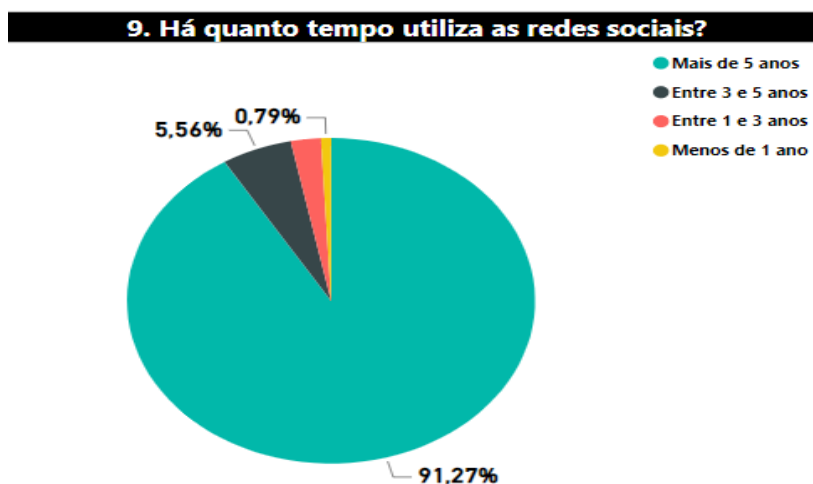
No Gráfico 9, pode-se verificar que as redes sociais mais utilizadas pelos alunos são: Instagram, Twitter, WhatsApp, Youtube e Tiktok. Podemos assim concluir que a maioria

dos alunos, têm conta em várias redes sociais. A maioria dos alunos tem conta em 6 redes sociais, e só 1 aluno respondeu que tem conta apenas numa rede social. Devido à dispersão de respostas, optou-se por apresentar graficamente apenas os resultados com maior número de respostas.



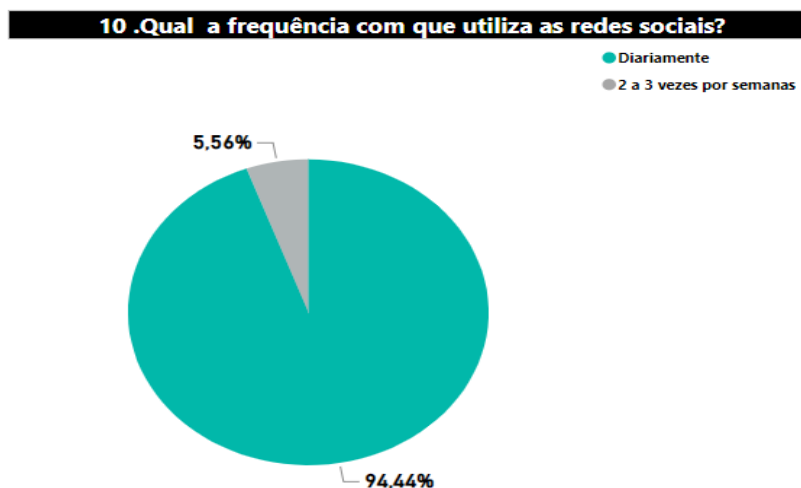
Gráficos 9- Se sim, indique qual(ais) a(s) rede(s) sociais em que tem conta?

O Gráfico 10 mostra que 91,27% dos alunos afirmam estar a utilizar as redes sociais há mais de 5 anos e 5,56% dos alunos responderam que utilizam as redes sociais entre 3 e 5 anos. Apenas 0,79% dos alunos utilizam as redes sociais há menos de 1 ano.



Gráficos 10- Há quanto tempo utiliza as redes sociais?

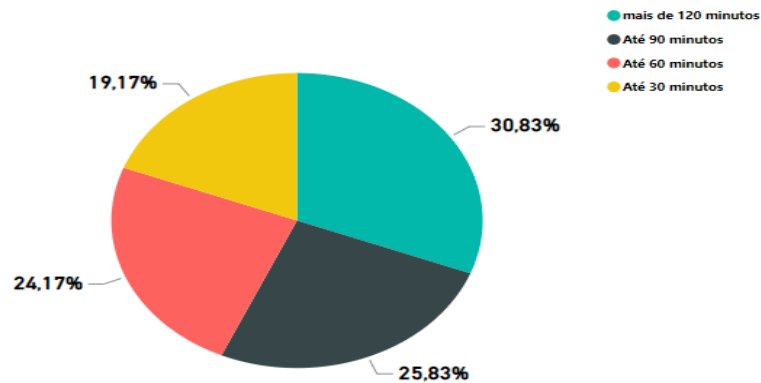
No Gráfico 11, podemos observar que 94,44% dos alunos afirmam utilizar as redes sociais diariamente e 5,56% utilizam 2 a 3 vezes por semanas.



Gráficos 11- Qual a frequência com que utiliza as redes sociais?

Segundo o Gráfico 12, é possível perceber que os alunos que utilizam as redes sociais diariamente, mais de 30,83% passam mais de 120 minutos nas redes, 25,83% dizem passar, até 90 minutos, 24,17% admitem utilizar as redes sociais até 60 minutos e apenas 19,17% passam menos de 30 minutos diariamente nas redes sociais.

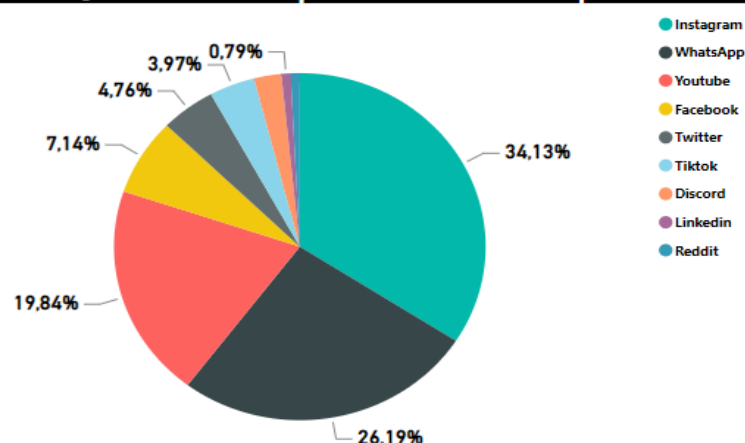
11. Se respondeu, diariamente na questão anterior (10), em média...



Gráficos 12- Se respondeu, diariamente na questão anterior (10), em média, quanto tempo passa por dia nas redes sociais?

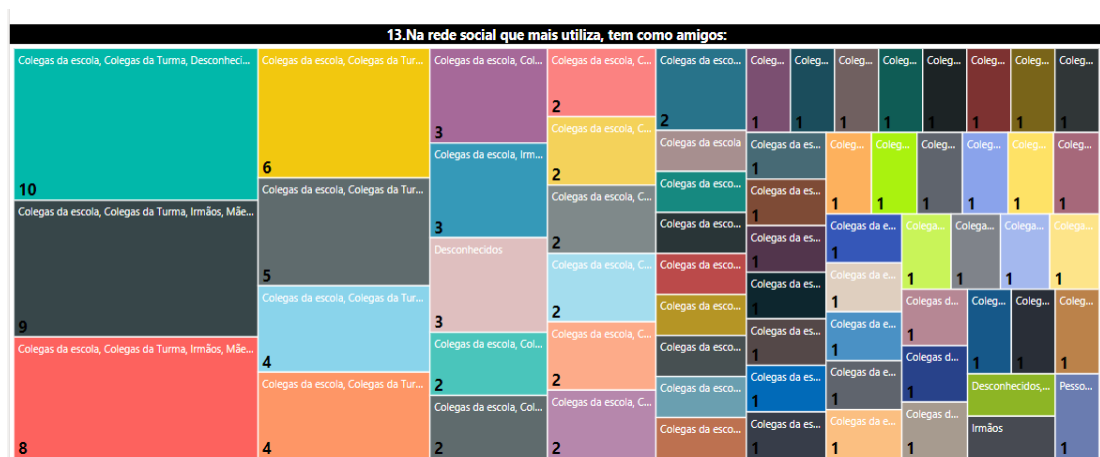
De modo a identificar a rede social utilizada com mais frequência pelos alunos, pela análise do Gráfico 13, observa-se que 34,13% dos alunos afirmam utilizar mais o Instagram, enquanto 26,19% utilizam o WhatsApp, 19,84% utilizam o Youtube. A rede menos utilizada por parte dos alunos é o LinkedIn com 0,79% de frequência de utilização.

12. Qual a rede social que utiliza com mais frequência?



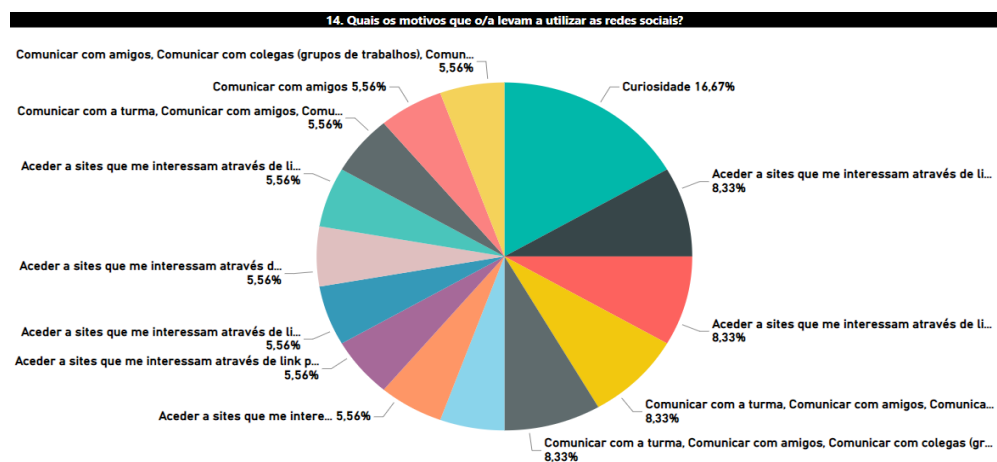
Gráficos 13- Qual a rede social que utiliza com mais frequência?

No Gráfico 14, são apresentadas as opiniões dos alunos relativamente aos amigos que têm na rede social que mais utilizam. Pela análise dos dados pode-se verificar que 10 alunos afirmaram na sua maioria que tem como amigos nas redes sociais: colegas de escolas, colegas da turma, desconhecidos, irmão, Mãe/pai, pessoas famosas, primos, professores e tios. Pela análise do gráfico pode-se igualmente aferir que quase todos os alunos afirmam que têm como amigos “Colegas de Escola”, além de outras ligações.



Gráficos 14-Na rede social que mais utiliza, tem como amigos:

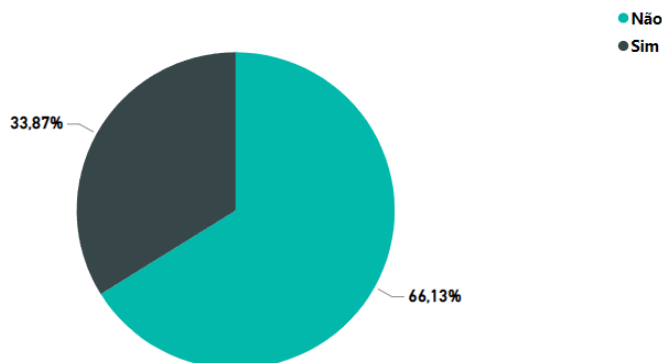
Segundo os dados do Gráfico 15, a Curiosidade (16,67%), Aceder a Sites (8,33%) e Comunicar (8,33%), são os principais motivos que levam os alunos a utilizar as redes sociais.



Gráficos 15- Quais os motivos que o/a levam a utilizar as redes sociais?

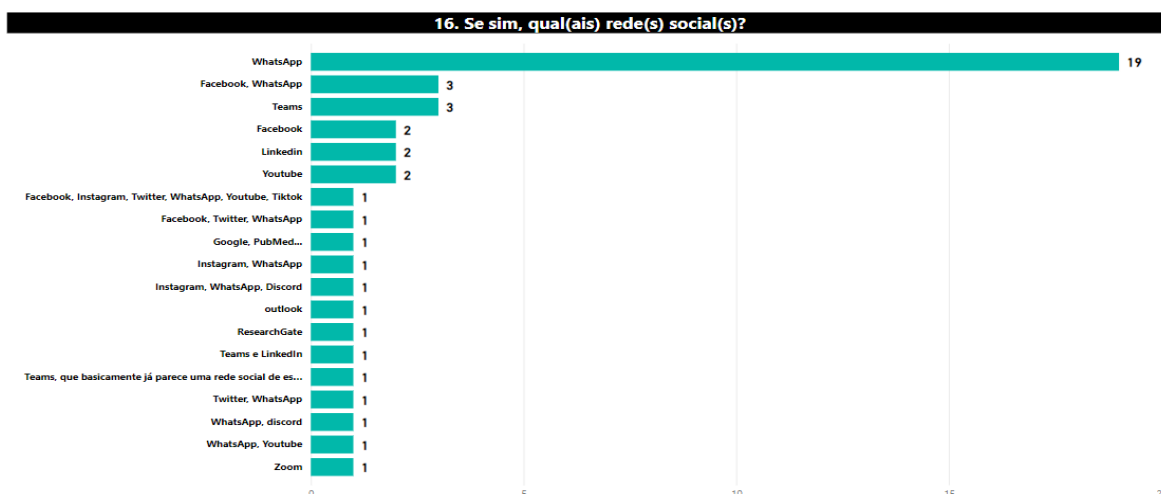
O Gráfico 16 demonstra que, na sua maioria (66,13%) os alunos afirmaram não utilizarem nenhuma rede social única e exclusivamente para assuntos acadêmicos, somente 33,87% afirmaram utilizar as redes sociais única e exclusivamente para fins escolares.

15. Utiliza alguma(s) rede(s) social(s) única e exclusivamente para assuntos acadêmicos (estudos, realizaçõ...



Gráficos 16- Utiliza alguma(s) rede(s) social(s) única e exclusivamente para assuntos acadêmicos (estudos, realizações de trabalhos, pesquisa)?

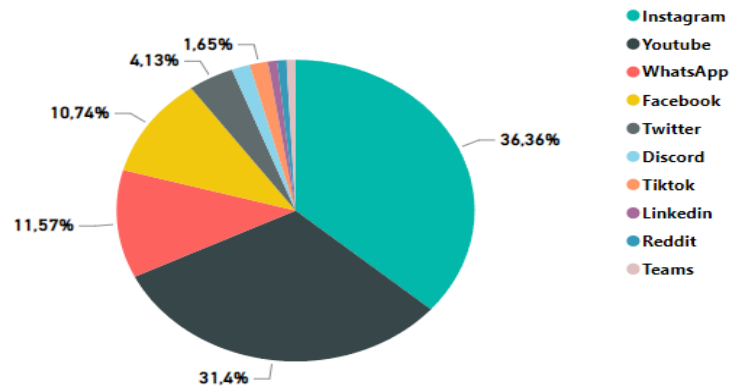
Dos alunos que responderam que utilizam alguma rede social única e exclusivamente para assuntos acadêmicos, pode-se observar pelo Gráfico 17 que, na sua maioria, 19 alunos (14,33%) afirmaram que o WhatsApp é a rede social que utilizam única e exclusivamente para assuntos acadêmicos.



Gráficos 17- Se sim, qual(ais) rede(s) social(s)?

Do Gráfico 18, pode-se observar que a maior parte dos alunos (36,36%), afirmam que a rede social com melhor organização em termos de conteúdo é o Instagram, seguida do Youtube com 31,4% das preferências.

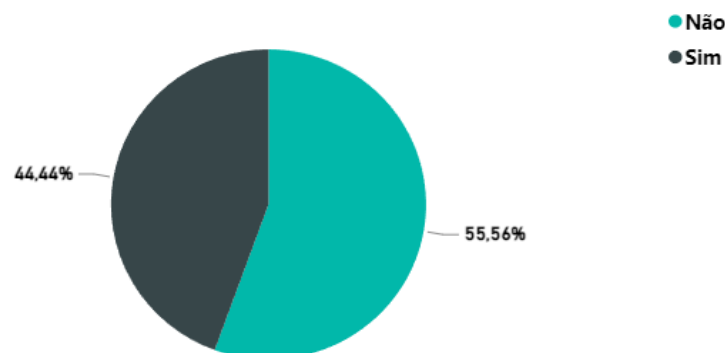
17. Na sua opinião, qual a rede social com melhor organização em termos d...



Gráficos 18- Na sua opinião, qual a rede social com melhor organização em termos de conteúdos?

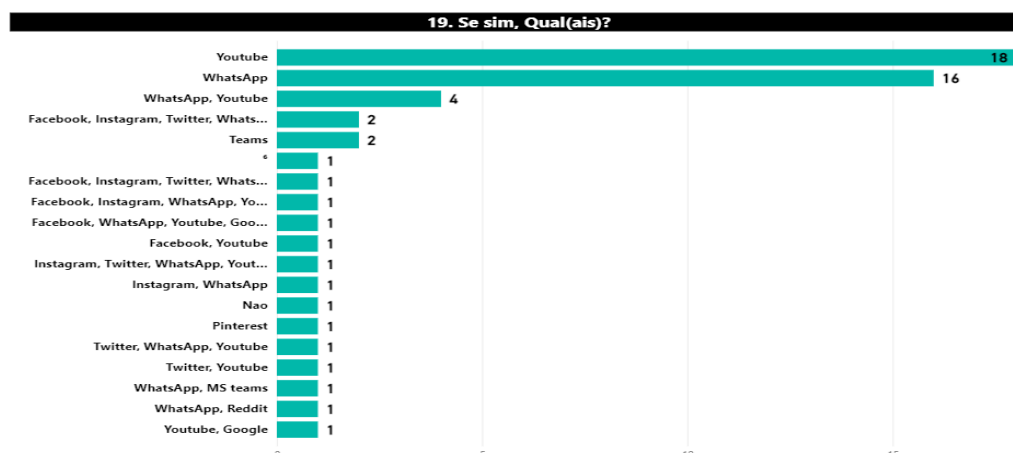
De modo a compreender se os alunos utilizam alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio as mesmas, é possível observar que mais de metade dos alunos (55,56%) afirmam que não utilizam nenhuma rede social no decorrer das aulas, e apenas (44,44%) afirmam utilizar.

18. Costuma utilizar alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio as mesmas?



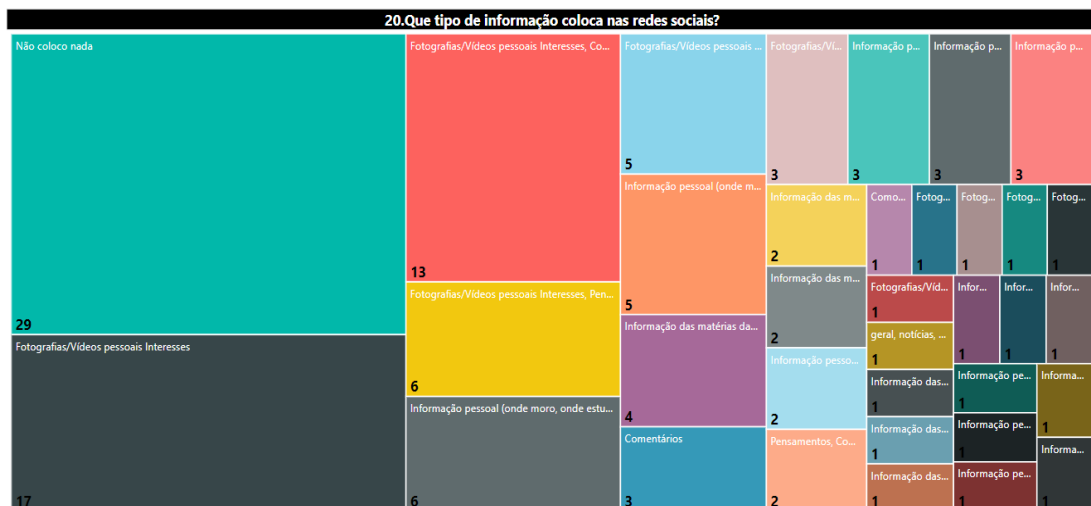
Gráficos 19- Costuma utilizar alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio as mesmas?

De modo a identificar qual(ais) a rede(s) social(ais) que os alunos utilizam no decorrer das aulas para apoio às mesmas, pela análise do Gráfico 20 observa-se que 18 alunos (13,95%) optam por utilizar o Youtube, enquanto 16 alunos (12,40%) optam por utilizar o WhatsApp. Conclui-se que o Youtube e o WhatsApp têm alguma relevância em termos de utilização durante o decorrer das aulas.



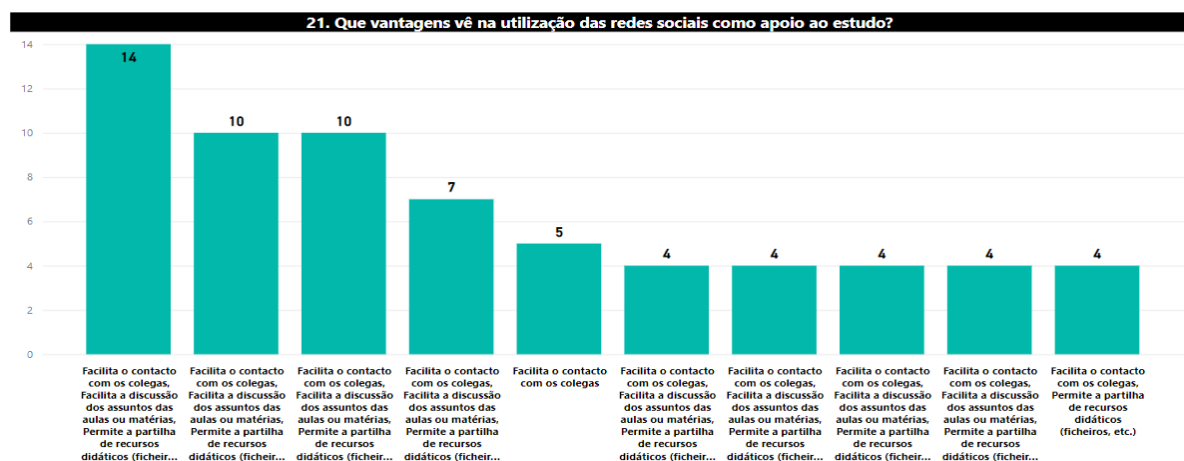
Gráficos 20- Se sim, Qual(ais)?

Podemos observar no Gráfico 21, de modo a identificar que tipo de informação os alunos colocam nas redes sociais, observa-se que 29 alunos (22,48%) afirmam que não colocam nada nas redes sociais, o segundo dado mais signficante, 17 alunos (13,18%) afirmam colocar nas redes sociais fotografias/vídeos pessoais e assuntos de interesse. A representação gráfica evidencia que a maioria dos alunos não coloca nenhum tipo de informação nas redes sociais, mas os que colocam, grande parte, coloca fotografias, informação pessoal e informação das matérias das aulas.



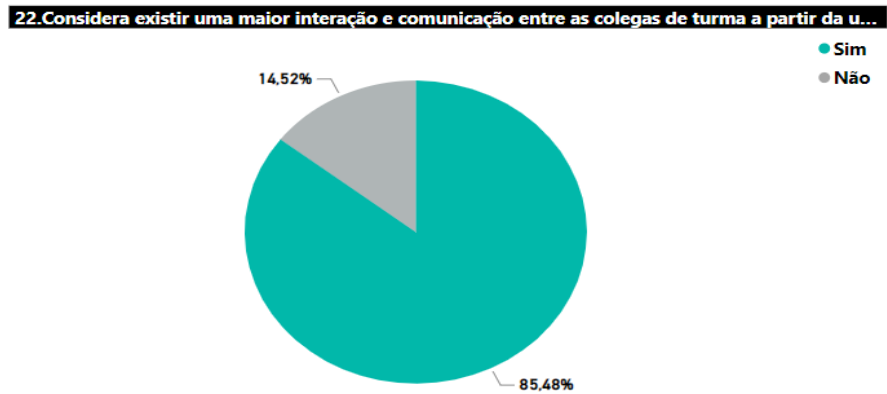
Gráficos 21- Que tipo de informação coloca nas redes sociais?

Observamos no Gráfico 22, que no que concerne às vantagens na utilização das redes sociais, houve uma grande variedade de respostas, sendo que a mais respondida por 14 alunos (10,85%) foram: facilita contactos com os colegas, facilita a discussão dos assuntos das aulas ou materiais, permite a partilha de recursos didáticos (ficheiros, etc.), facilidade de utilização, informação sempre acessível e auxílio no estudo. Devido à dispersão de respostas, optou-se por apresentar graficamente apenas os resultados com maior número de respostas.



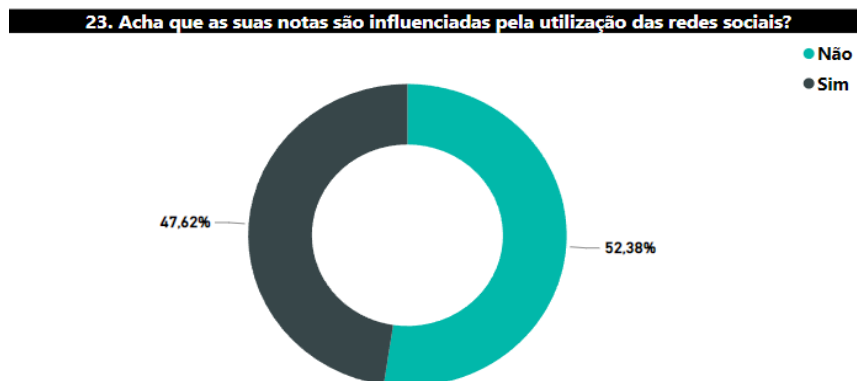
Gráficos 22- Que vantagens vê na utilização das redes sociais como apoio ao estudo?

Relativamente ao Gráfico 23, se o aluno considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais, 85,48% dos alunos avaliam de forma positiva, apenas 14,52% dos alunos avalia de forma negativa.



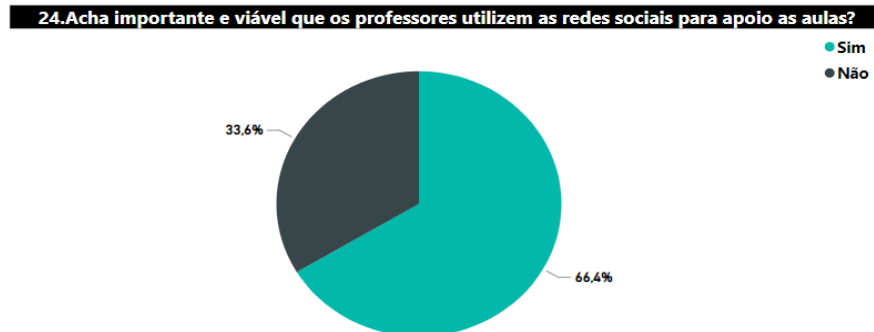
Gráficos 23- Considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais?

Conforme o Gráfico 24, observa-se que aproximadamente 52,38% dos alunos não consideram que as suas notas são influenciadas pela utilização das redes sociais e somente 47,62% responderam sim.



Gráficos 24- Acha que as suas notas são influenciadas pela utilização das redes sociais?

O Gráfico 25, mostra que aproximadamente 66,4% dos alunos concordam que é importante e viável que os professores utilizem as redes sociais para apoio às aulas e somente 33,6% responderam que não.

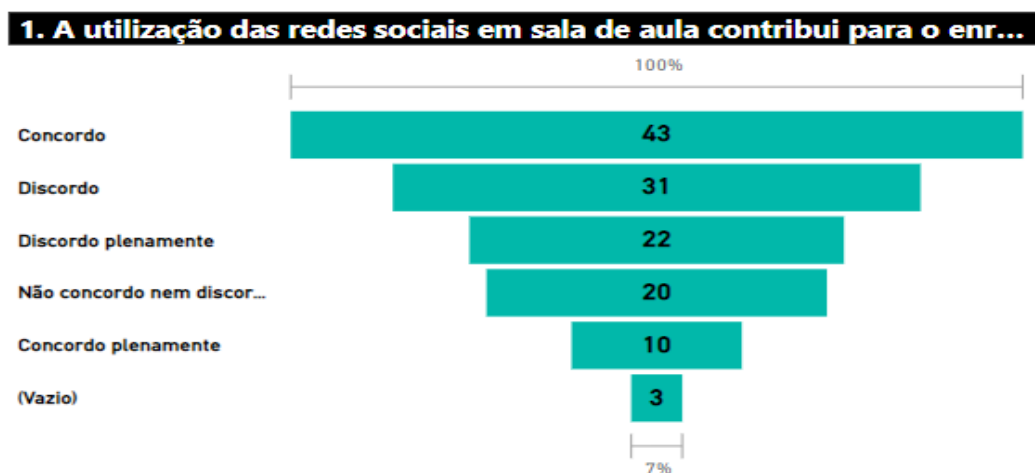


Gráficos 25- Acha importante e viável que os professores utilizem as redes sociais para apoio as aulas?

4.3. Tópicos sobre a Utilização das Redes Sociais.

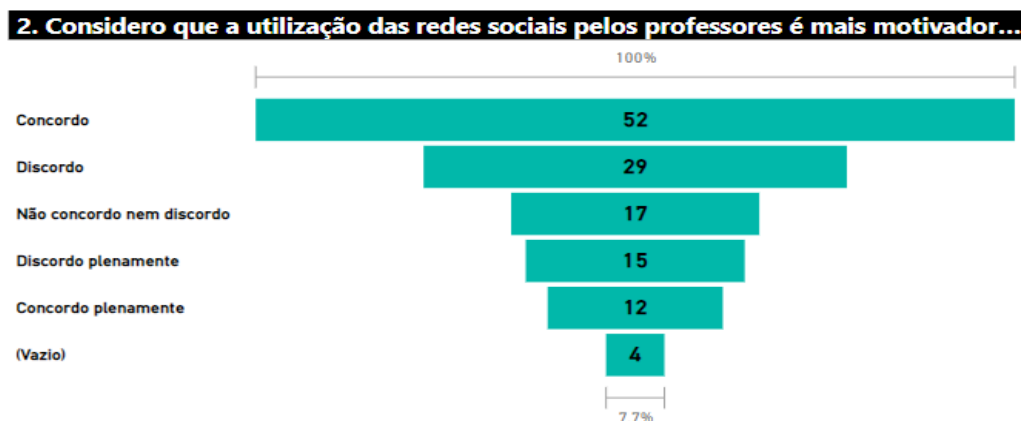
Nos gráficos a seguir podemos verificar que relativamente aos Tópicos sobre a Utilização das Redes Sociais, nem todos os inquiridos apresentam o mesmo grau de concordância.

O Gráfico 26, mostra que a maioria dos alunos, 43 (33,33%) concordam que a utilização das redes sociais em sala de aula contribui para o enriquecimento da aula, 31 (24,03%) alunos discordam, 22 (17,05%) discordam plenamente, 20 (15,50%) não concordam e nem discordam, 10 (7,75%) concordam plenamente e apenas 3 (2,33%) alunos não responderam.



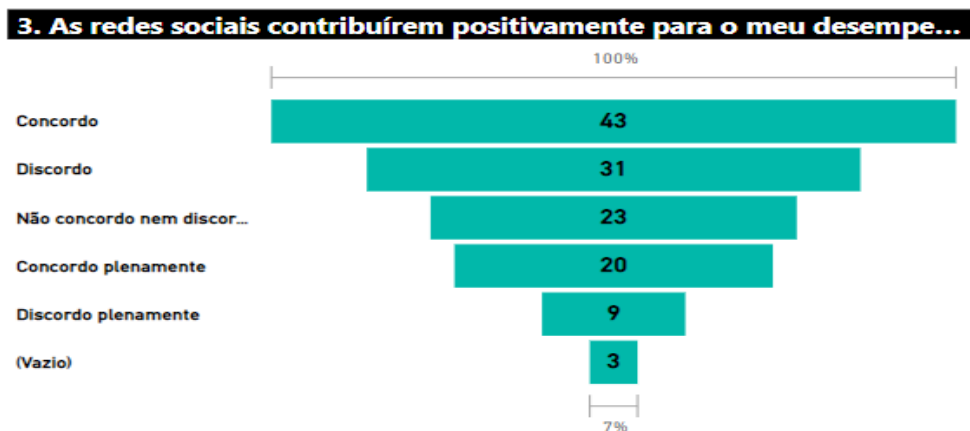
Gráficos 26- A utilização das redes sociais em sala de aula contribui para o enriquecimento da aula.

Relativamente ao Gráfico 27, pode-se observar que 53 (41,09%) alunos concordam que a utilização das redes sociais pelos professores é mais motivadora para os alunos, 29 (22,48%) alunos discordam, 17 (13,18%) não concordam e nem discordam, 15 (11,63%) discordam plenamente, 12 (9,30%) concordam plenamente e 4 (3,10%) alunos não responderam.



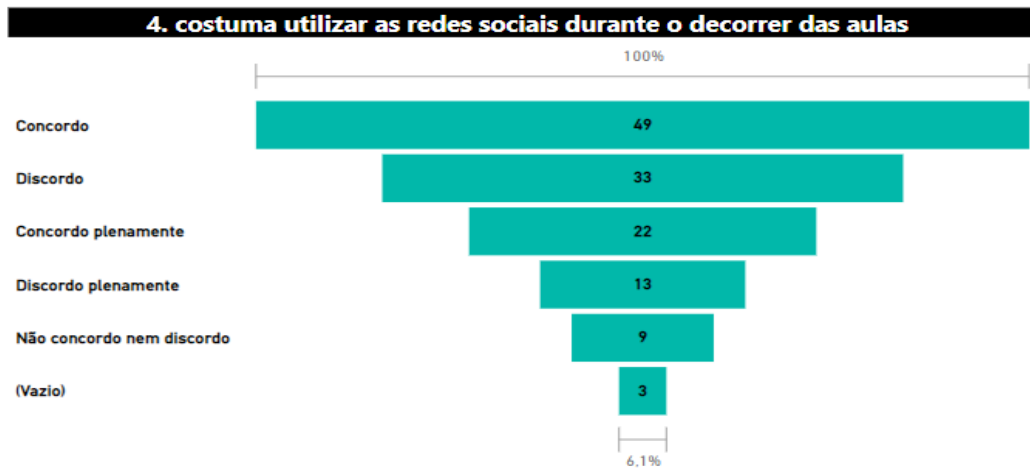
Gráficos 27- Considero que a utilização das redes sociais pelos professores é mais motivadora para os alunos

Podemos observar-se no Gráfico 28, que 43 (33,33%) alunos concordam que as redes sociais contribuirão positivamente para desempenho escolar, 31 (24,03%) discordam, 23 (17,83%) não concordam e nem discordam, 20 (15,50%) concordam plenamente, 9 (6,98%) discordam plenamente e apenas 3 (2,33%) alunos não responderam. Pode-se concluir que a maioria dos alunos 63 (48,84%), concordam ou concordam plenamente que as redes sociais contribuem positivamente para o desempenho escolar.



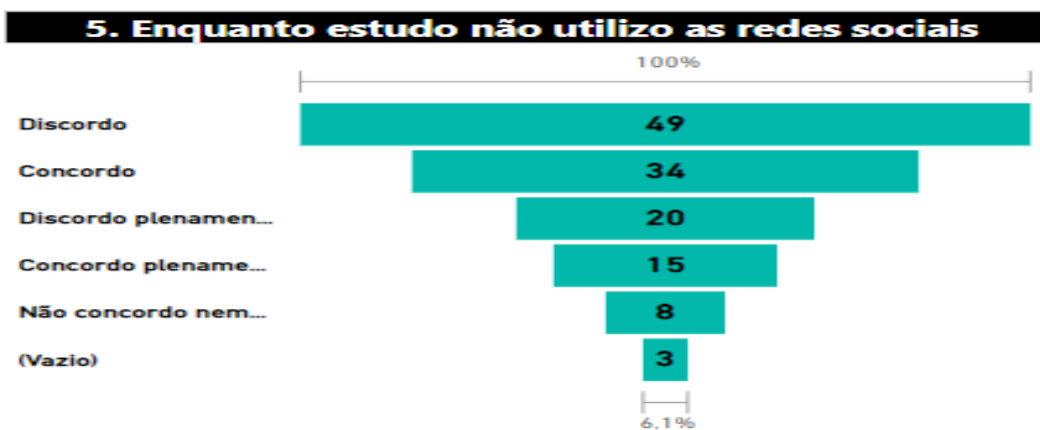
Gráficos 28-As redes sociais contribuirão positivamente para o meu desempenho escolar

No Gráfico 29, pode-se observar que 49 (37,98%) alunos afirmam utilizar as redes sociais durante o decorrer das aulas, enquanto 33 (25,58%) alunos discordam, 22 (17,05%) concordam plenamente, 13 (10,08%) discordam plenamente, 9 (6,98%) não concordam e apenas 3 (2,33%) alunos não responderam. Pode-se concluir que a esmagadora maioria dos alunos 71 (55,04%) utilizam as redes sociais no decorrer das aulas.



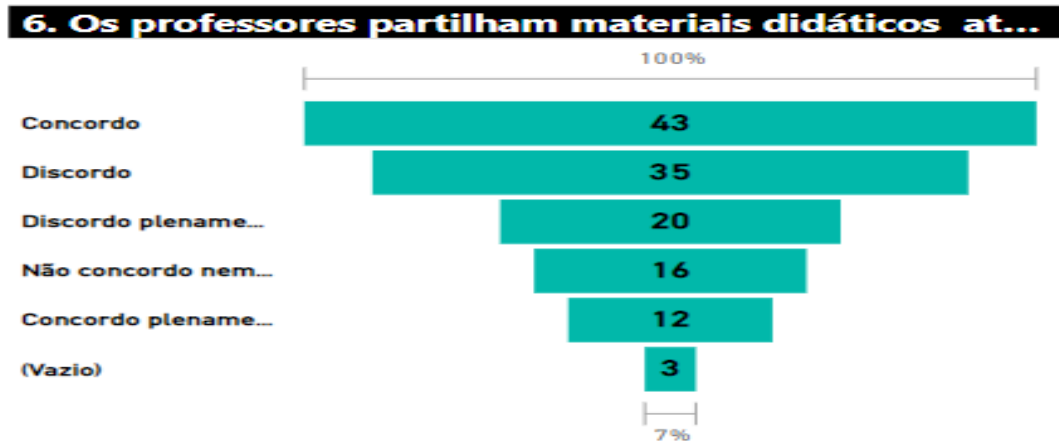
Gráficos 29- Costumo utilizar as redes sociais durante o decorrer das aulas

Relativamente ao Gráfico 30, podemos observar que a grande maioria dos alunos (69 alunos – 53,49%) utilizam as redes sociais enquanto estudam e apenas 34 (26,36%) não utilizam.



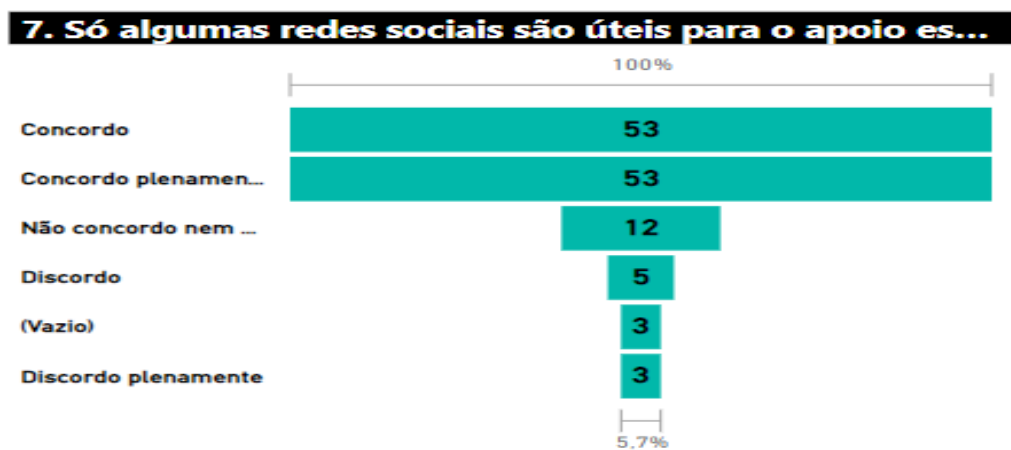
Gráficos 30- Enquanto estudo não utilizo as redes sociais

No Gráfico 31, observa-se que 43 alunos (33,33%), concordam que os professores partilham materiais didáticos através das redes sociais, 35 (27,13%) alunos discordam, 20 (15,50%) discordam plenamente, 16 (12,40%) não discordam e nem concordam, 12 (9,30%) concordam plenamente e apenas 3 (2,33%) alunos não responderam.



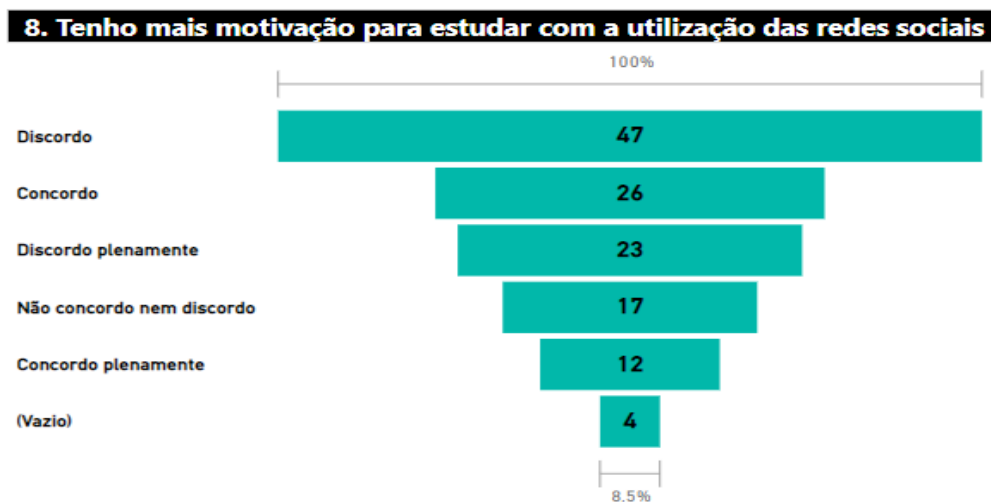
Gráficos 31- Os professores partilham materiais didáticos através das redes sociais

Podemos observar no Gráfico 32, que a esmagadora maioria 106 alunos (82,17%), concordam ou concordam plenamente que só algumas redes sociais são úteis para o apoio escolar.



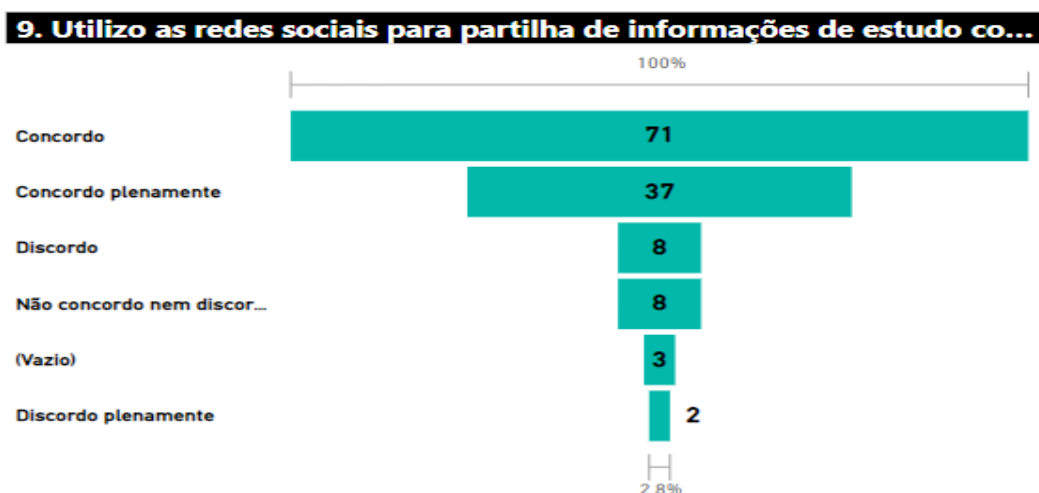
Gráficos 32- Só algumas redes sociais são úteis para o apoio escolar

Relativamente ao Gráfico 33, pode-se observar que a maior parte dos alunos 70 (54,26%) afirmam que não têm mais motivação para estudar com a utilização das redes sociais. Apenas 38 alunos (29,46%) consideram que a utilização das redes sociais são um fator de motivação para estudar.



Gráficos 33- Tenho mais motivação para estudar com a utilização das redes sociais

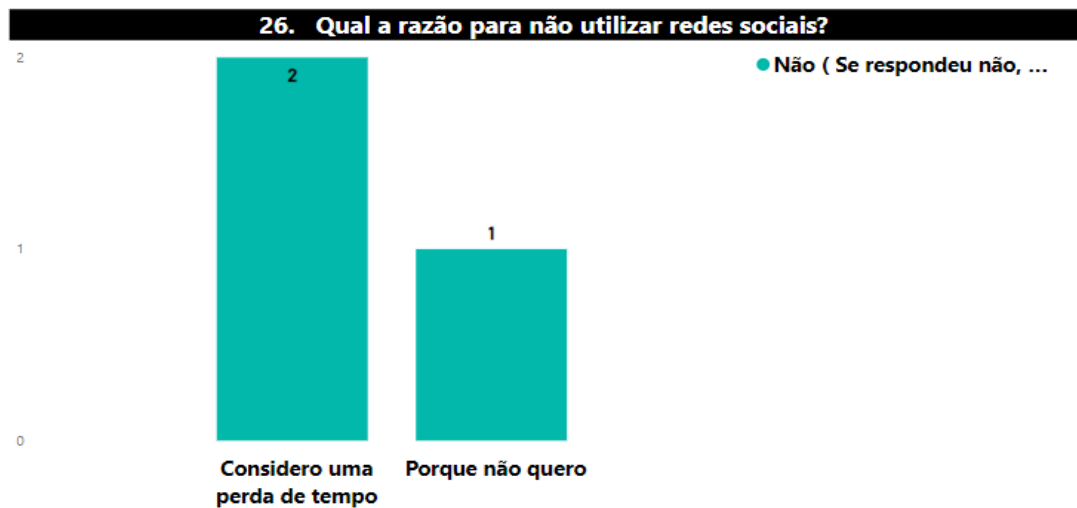
No Gráfico 34, podemos observar que na sua grande maioria 108 alunos (83,72%), afirmam que utilizam as redes sociais para partilha de informações de estudo com os colegas.



Gráficos 34- Utilizo as redes sociais para partilha de informações de estudo com os colegas

4.4. Razões que levam os alunos a não utilizar as redes sociais

No Gráfico 35 observamos que os 3 alunos que não têm conta em nenhuma rede social apontam dois motivos como justificção: 2 alunos consideram uma perda de tempo e 1 afirma que não tem conta em nenhuma rede social porque não quer.



Gráficos 35- Qual a razão para não utilizar redes sociais?

Capítulo 5: Conclusões

A utilização dos recursos virtuais da Internet, principalmente a utilização das redes sociais nas escolas, tem ocorrido de forma indireta, pois os alunos utilizam-nas através de telefone na escola, inclusive, na sala de aula, gerando conflitos. Esse interesse pode ser aproveitado para promover a utilização das redes sociais de maneira que estimule a aprendizagem em grupo, a troca de conhecimento e a aprendizagem colaborativa para melhorar o desempenho escolar de forma consciente e construtiva.

Trazer as redes sociais que os alunos já utilizam para a prática académica pode ser uma forma eficaz de articular teoria e prática, uma forma fundamental de superar os desafios educacionais da atualidade.

Ao oferecer oportunidades para atividades que combinem tecnologias de ensino à distância com ensino presencial, os professores terão recursos tecnológicos que podem contextualizar e complementar o conteúdo do curso, atender às realidades específicas das suas salas de aula.

A introdução de novas tecnologias tem causado grandes mudanças na sociedade. O mesmo vale para os jovens do ensino superior, onde tanto a aprendizagem quanto a tomada de decisão exigem informações rápidas. A evolução tecnológica tem impulsionado novas exigências e elevado as expectativas dos estudantes universitários. Os alunos adotaram um estilo de vida mais flexível e interativo, utilizando as redes sociais para comunicar, partilhar e aceder a informações para gerar conhecimento.

Como evidenciam os dados do capítulo anterior, as redes sociais não são completamente estranhas aos alunos do ensino superior em Portugal, pelo contrário.

Como forma de concluir a investigação apresentada neste projeto, importa recordar que a questão de investigação decorre na preocupação em compreender a importância da utilização das redes sociais no desempenho académico dos alunos do ensino superior em Portugal. Para a interpretação e representação gráfica dos resultados, foi utilizada a ferramenta de Business Intelligence, Microsoft Power BI, que permitiu aplicar na prática os conhecimentos adquiridos durante as aulas e manipular os dados de forma simples e dinâmica.

Pelos resultados do estudo e respondendo à questão central, pode-se concluir que a maioria dos alunos (63 alunos - 48,84%), consideram que, mesmo não tendo impacto direto nas notas, a utilização das redes sociais influencia positivamente o seu desempenho

académico, apesar de apenas 33,87% dos alunos afirmarem que utilizam as redes sociais única e exclusivamente para fins académicos e a rede social mais utilizada para este fim é o WhatsApp, que é utilizada como um importante recurso para promover a partilha de interesses, colaboração e atividades académicas. Outras conclusões refletidas neste estudo, permitem inferir que a curiosidade é o principal motivo que levam os alunos a aceder às redes sociais. Aceder a sites e comunicar, são outros dos motivos mais assinalados pelos alunos.

Pode-se observar que a maior parte dos alunos utilizam as redes sociais diariamente, com uma média de 120 minutos de utilização. Deve-se notar também que os alunos tendem a utilizar as redes sociais com mais frequência.

Importa assinalar que na opinião dos alunos a rede social com melhor organização em termos de conteúdo é o Instagram. Pode-se também concluir que a maioria dos alunos utiliza o Youtube e o WhatsApp no decorrer das aulas para apoio as mesmas. De igual modo, as vantagens que a maior parte dos alunos veem ao utilizar as redes sociais são: facilita o contacto com os colegas, facilita a discussão dos assuntos das aulas, permite a partilha de recursos didáticos (ficheiros, etc.), fácil utilização, informação sempre acessível e auxílio ao estudo. Também se observa que a maioria dos alunos considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais.

Finalmente, observamos que dos 129 inqueridos, 3 alunos não têm conta em redes sociais e apontam dois motivos: 2 dos alunos consideram uma perda de tempo e 1 afirma que não acede às redes sociais porque não quer.

Vale a pena ressaltar também que no âmbito deste trabalho, foi realizada uma pesquisa sobre as redes sociais mais utilizadas por todas as instituições de ensino superior em Portugal. Segundo os resultados da pesquisa as redes sociais mais utilizadas são o Instagram, Facebook, Twitter e WhatsApp. A conclusão mais evidente deste levantamento, é que o Instagram é a rede mais utilizada pelas universidades portuguesas (89,9%) e o Facebook é utilizado por todos os institutos politécnicos em Portugal (100%).

Apesar das dificuldades, dúvidas iniciais e daqueles momentos de cansaço ao longo do trabalho, foi possível realizar com sucesso uma investigação, responder às questões iniciais e confirmar os pressupostos definidos.

A análise dos resultados obtidos neste estudo permitiu responder à questão de investigação e dar resposta aos objetivos definidos para o efeito e anteriormente referidos.

Atualmente, os estudantes estão totalmente ligados às redes sociais, um universo com um fio, ainda que ténue, que separa os aspetos positivos e negativos dessa interação. Todos sabemos que as redes sociais são muito atrativas, e a comunicação é a força dessa influência.

Apesar do trabalho realizado ter contribuído para o conhecimento do tema, no âmbito das redes sociais dos alunos do ensino superior, poucos estudantes colaboraram no estudo, mesmo estando garantida a privacidade dos dados. Embora se mostrassem disponíveis, o retorno não foi o esperado.

O tamanho da amostra representa apenas uma pequena parte da comunidade estudantil portuguesa e, portanto, não é possível tirar conclusões globais destes resultados, no entanto, em trabalhos futuros, seria interessante realizar uma investigação mais aprofundada e com uma amostra mais relevante.

Conclui-se assim que as redes sociais possuem um enorme potencial, enquanto ferramentas de comunicação e poderão ser utilizadas pelas instituições de ensino como suporte à função informativa, mas também como ferramentas eficientes e complementares para a disseminação/transferência de conhecimento.

Referências Bibliográficas

- Al-Ali, S. (2014). "Embracing the selfie craze: exploring the possible use of Instagram as a language learning tool." *Issues and Trends in Educational Technology* 2: 1- 16.
- Alarcão, M., & Sousa, L. (2007). Rede social pessoal: do conceito à avaliação. *Revista Psychologica*, 44,353-376.
- Albernaz, H. S; Meira, P. R. (2010) - Marketing Digital e Redes Sociais: Um estudo de caso sobre as promoções de vendas do Submarino no Twitter. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/2010/resumos/R5-1612-1.pdf> (acedido em janeiro de 2022).
- Alencar, G. A.; Pessoa, M. S.; Santos, A. K. F. S.; Carvalho, S. R. R.; Lima, H. A. B. (2015). *WhatsApp* como ferramenta de apoio ao ensino. In: Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação. Sociedade Brasileira de Computação, Maceió, p. 787-795.
- Alves, C. (2019). Power BI: conheça algumas funções e vantagens de utilizá-lo!. Bi9 Tecnologia, empresa de Business Intelligence (BI). Disponível em: <https://blog.bi9.com.br/funcoes-e-vantagens-power-bi/>. Acessado em: 2 novembro, 2021.
- Amante, L. (2014). Facebook e novas sociabilidades: contributos da investigação. In: Porto, Cristiane; SANTOS, Edmea. Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar. Campina Grande: Eduepb, p. 27-46.
- Amry, A.B. (2014). The impact of WhatsApp mobile social learning on the achievement and attitudes of female students compared with face-to-face learning in the classroom. *European Scientific Journal*, v. 10, n. 22, p.116-136.
- Avram, E. (2014). Facebook communication in higher education. *SEA - Practical Application of Science*, v.2, pp. 129-134.
- Barbosa, C., Bulhões, J., Zhang, Y., & Moreira, A. (2017). Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de portuguesa língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro. *Revista Latinoamericana de Tecnologia Educativa*, pp. 21-33.
- Barkhuus, L., & Tashiro, J. (2010). Student socialization in the age of facebook. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 133-142). ACM.

- Berguer, L. (1995). *Pessoas Idosas: uma abordagem global*. Lisboa: Lusodidacta.
- Bettio, R. W.; Juliani, D. P.; Juliani, J. P.; Souza, J. A. (2012). *Utilização das redes sociais na educação: guia para o uso do Facebook em uma instituição de ensino superior*. Cited em: Ufrgs, 11p. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/36434/23529>>. Acesso em: 20 jan. 2022
- Bicen, H.; Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 28, pp. 943-947.
- Bouhnik, D.; Deshen, M. (2014). WhatsApp goes to school: Mobile instant messaging between teachers and students. *Journal of Information Technology Education: Research*, n. 13, p. 217-231.
- Bowman, N. D., & Akcaoglu, M. (2014). "I see smart people!": Using Facebook to Supplement Cognitive and Affective Learning in the University Mass Lecture. *The Internet and Higher Education*, 23, pp. 1-8.
- Boyd, D. (2009). *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics*. University of California, Berkeley.
- Boyd, D., Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In *Online communities and social computing* (pp. 143-152). Springer Berlin Heidelberg.
- Brass, D. (1984). Being in the right place: a structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarter*, 29, 518-529.
- Brenner, J. (2012). *Pew Internet: Social networking (full detail)*. Washington, D. C.: Pew Research Center. <http://www.pewinternet.org/Commentary/2012/March/Pew-Internet-Social-Networkingfull-detail.aspx> [janeiro de 2022].
- Carrera, F. (2009). *Marketing Digital na versão 2.0, o que não pode ignorar*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*; v. 1, 3a. Editora São Paulo, Paz e Terra.

- Clark, A. (2001). *Mindware: An Introduction to the Philosophy of Cognitive Science*. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Clarke, B. (2009). Bffe (Be Friends ForEver): the way in which young adolescents are using social networking sites to maintain friendship and explore identity. University of Cambridge - WebSci09 Conference.
- Colás, P., González, T., & Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40.
- Costa, L. A. C.; Franco, S. R. K. Ambientes virtuais de aprendizagem e suas possibilidades construtivas. In: Congresso Internacional de Educação e Inclusão, 3., 2005, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: Cinted, 2005.
- Coutinho, C. P. (2018). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Almedina.
- Cummings, J. N.; Butler, B.; Kraut, R. (2002). The Quality of online Social Relationships. *Communications of the ACM*, Volume 45, Number 7, pp. 103- 108.
- Cutrona, C. (1996). *Social Support in Couples*. Vol.13. London: Sage Publishing.
- Dede, C. (2008). A seismic shift in epistemology. *Educause Review*, 80–81. Consultado a 24 de jan de 2022, em from [http:// net.educause.edu](http://net.educause.edu).
- Dedić, N., & Stanier, C. (2016). Measuring the success of changes to existing business intelligence solutions to improve business intelligence reporting. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 268(0), 225–236. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49944-4_17
- Duhamel, F., & Fortin, M, F. (2009). Capítulo 12: Os estudos de tipo descritivo. Em M.- F. Fortin, *O processo de investigação: da concepção à realização* (pp. 161-172). Loures: Lusociência.
- Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. (2009). Tweeting the Night Away: Using Twitter to Enhance Social Presence. *Journal of Information Systems Education*, 20(2), 129– 136. Disponível em http://www.patricklowenthal.com/publications/Using_Twitter_to_Enhance_Social_Presence.pdf.
- Dutton, W. H., Helsper, E. J., & Gerber, M. M. (2009). *The internet in Britain: 2009*. Oxford Internet Institute.

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Enochsson, A. (2007). Tweens on the Internet. Communication in virtual guest books. *International Journal of media, technology and lifelong learning*.
- Falcão, N. (2012). Redes sociais: ameaça à escola ou recurso? SINEPEAM, 2012. Disponível em: <http://www.sinepeam.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=93:artigos&catid=43:artigos>. Acesso em: 23 jan 2022.
- Falcão, S. (2014). Instagram: a fotografia como novo idioma cibernauta aplicado ao marketing visual e social do século XXI em Portugal. Lisboa: Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação Marketing e Publicidade.
- Ferrari, A., & Russo, M. (2016). *Introducing Microsoft Power BI*. (R. Caperton, O. P. Russel, Diane, & O. P. Russel, Bob, Eds.). Redmond: Microsoft Press.
- Ferreira, M. Determinantes do desempenho acadêmico no ensino superior. (2009). *Revista Internacional d’Humanitats*, São Paulo/Barcelona, [s.p.], jan./abr.
- Ferreira, Marco (2009). “Ensino Superior: O Desafio Europeu”, NotandumLibro 13 2009 CEMOrOC-Feusp / IJI-Universidade do Porto
- Floriano, A. C.; Lemes, E. F.; Heofacker, V. H. G. 2016. Análise de Ferramentas de Business Intelligence. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/43562>. Acesso em: 25.11. 2021.
- Freire, P. (2002). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. (24 a ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Gallo, P. (2006). Orkut como ferramenta de aprendizagem. IN: MERCADO, Luis Paulo Leopoldo (org.). *Experiências com tecnologias de informação e comunicação na educação*. Maceió: Edufal.
- Gardner, H. (2000). *Inteligências múltiplas: a teoria na prática*. Porto Alegre: Artes Médicas. (Tradução de Maria Adriana Veríssimo Veronese).

- Gonçalves, S., & Costa, J. (2019). DIversidade no Ensino Superior. CINEP/IPC, v.7.
- Gonçalves, V. M. B.; Patrício, M. R. V. (2010). Utilização Educativa do Facebook no Ensino Superior. I Conference Learning and Teaching in Higher Education: Universidade de Évora. Bragança, Portugal. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2879/4/7104.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2022.
- Granovetter, M. (1982). The strenght of weak ties: a network theory revisited. In Peter V.Marsden, Nan Lin (Eds.), Social structure and network analysis (pp.105-130). Beverly Hills: Sage.
- Greenhow, C. (2011). Online social networks and learning. On the Horizon, 19(1), 4– 12.
- Greenhow, C. (2011). Youth, learning, and social media. Journal of Educational Computing Research, 45(2), 139–146.
- Halverson, E. R. (2011). Do social networking technologies have a place in formal learning environments? On the Horizon, 19(1), 62–67.
- Handayani, F. (2019). Instagram as a teaching tool, really? - Universidade de Mahaputra Muhammad Yammin: Indonésia.
- Honorato, W. A. M.; Reis, R. S. F. (2014). *WhatsApp* – uma nova ferramenta para o ensino. In: Anais do IV Simpósio de Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade, p. 1-6.
- Hutchins, E. (1995). Distributed Cognition. Em E. Hutchins, Cognition in the Wild. Cambridge: Bradford Books. Obtido de <http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf>.
- Jones, S. & Fox, S. (2009). "Generations online in 2009". Washington, DC: Pew Intemet & American Life Project Report. <http://pewintemet.Org/~media//Files/Rep0rts/2009/PIPGenerations2009.pdf> [05 de Fevereiro de 2015].
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. Computers & Education, 58(1), 162-171.
- Kaieski, N.; Grings, J. A.; Fetter, S. A. (2015). Um estudo sobre as possibilidades pedagógicas de utilização do *WhatsApp*. RENOTE Revista Novas Tecnologias na Educação, v. 13, p. 1-10.
- Kenski, V. M. (2007). Educação e Tecnologias: O novo ritmo da informação. Campinas, SP: Papirus.

- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365-372.
- Krüger-Ross, M., Waters, R. D., & Farewell, T. M. (2012). Everyone's all a-twitter about twitter. In K. K. Seo (Ed), *Using social media effectively in the classroom* (pp. 117- 131). New York, NY: Routledge.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. In *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work* (pp. 167-170). ACM.
- Levine, M., & Perkins, D. (1997). *Principles of Community Psychology: Perspective and applications* (2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Levy, P. (2007). *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola.
- Ma, S. & Saleem, A. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media + Society (SM+S)*, pp. 1-13. Obtido em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117691544>.
- Manca, S., & Ranieri, M. (2013). Is it a tool suitable for learning? A critical review of the literature on Facebook as a technology-enhanced learning environment. *Journal of Computer Assisted Learning*, 29(6), 487–504.
- Mansor, N., & Rahim, N. (2017). Instagram in ESL classroom. *Serials Publications*. (pp. India, pp. 107-114 Obtido em https://www.researchgate.net/publication/321016352_Instagram_IN_ESL_C
- Martinho, C.; e Costa, L. (2004). *Redes: Uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização*. WWF-Brasil. Disponível em <https://docplayer.com.br/136481261-Edicao-uma-introducao-as-dinamicas-da-conectividade-e-da-auto-organizacao.html>.
- Mayer, A. & Puller, S. (2008). The old boy (and girl) network: Social network formation on university campuses. *Journal of Public Economics*, n2 92. pp. 329-347.
- Mazman, S.G.; Usuel, Y.K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & education*, 2010, 55, p. 444-453.

- Microsoft. (2018). Aprendizagem interativa do Microsoft Power BI. Microsoft, 2018. Disponível em: Acesso em: 25 .11. 2021.
- Microsoft. (2019). Microsoft Power BI. Retrieved October 12, 2019, from <https://docs.microsoft.com/en-us/power-bi/guided-learning/index>.
- Microsofttech. (2017). Power BI – Muito além de Business Intelligence. Microsoft Tech. Disponível em: <https://www.microsofttech.com.br/power-bi-muito-alem->. Acesso em: 26. 11. 2021.
- Milardo, R. (1988). Families and social network: An overview of theory and methodology. In Robert Milardo (Ed.), Families and social networks (pp.13-47). Newbury: Sage.
- Monteiro, F. B. (2013). A influência das novas tecnologias na educação sob uma perspectiva histórica. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade Católica Salesiana do Espírito Santo, Vitória.
- Moraes, K. (2014). A utilização do facebook na promoção da marca na insituição de ensino superior: estudo de caso. Dissertação de Mestrado em Administração.
- Moran, J.M.; Masetto, M.T.; Behrens, M.A. (2013). Novas Tecnologias e mediação pedagógica. (21ª Ed.). Campinas, SP: Papirus.
- Moura, A. (2008). A Web 2.0 e as Tecnologias Móveis. FCT: Universidade do Minho.
- Munhoz, A. M.H. (2004). Uma análise multidimensional de relação entre inteligência e desempenho acadêmico em universitários ingressantes. 2004. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Neri, J. H. P. (2015). Mídias Sociais em Escolas uso do *WhatsApp* como ferramenta pedagógica no ensino médio. Estação Científica (Juiz de Fora. Impresso), p. 1-25.
- Nogueira, D. R.; Takamatsu, R. T.; Costa, J. M.; Reis, L. G. (2013). Fatores que impactam o desempenho acadêmico: uma análise com discentes do curso de ciências contábeis no ensino presencial. Congresso Brasileiro de Contabilidade, 19., 2013, Belém. Anais... Belém.
- Notley, T. (2009). Young People, Online Networks, and Social Inclusion. Journal of ComputerMediated Communication 14. International Communication Association.

- OberCom, (2013) - Anuário da Comunicação 2012-2013. Lisboa: OberCom. Disponível em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario_13.pdf (acedido em janeiro de 2022).
- Pai, P., & Arnott, D. C. (2013). User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means–end approach. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1039-1053.
- Paiva, L. F.; Ferreira, A. C.; Corlett, E. F. (2016). A utilização do *WhatsApp* como ferramenta de comunicação didático-pedagógica no ensino superior. In: Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação, p. 751-760.
- Paiva, V. L. O. (2016). Facebook: um estado atrator na Internet. In: Leffa, Vilson; Araújo, Júlio. *Redes sociais e ensino de línguas*. Rio de Janeiro: Parábola.
- Pallis, G., Zeinalipour-Yazti, D., & Dikaiakos, M. D. (2011). Online social networks: status and trends. In *New Directions in Web Data Management* 1(pp. 213-234). Springer Berlin Heidelberg.
- Paulino, D. B., Martins, C. C. A., Raimondi, G. A., & Hattori, W. T. (2018). *WhatsApp® como Recurso para a Educação em Saúde: Contextualizando Teoria e Prática em um Novo Cenário de Ensino-Aprendizagem*. *Revista Brasileira de Educação Médica*, 42(1), 171-180.
- Pereira, P. C.; Pereira, R. S.; Alves, J. C. (2015). Ambientes virtuais e mídias de comunicação, abordando a explosão das mídias na sociedade da informação e seu impacto na aprendizagem - o uso do *WhatsApp* como plataforma de m-learning. *Revista Mosaico*. Jan. /jun.; 06 (1), p. 29-41.
- Pinto, S. C. C. S.; Serrão, T.; Braz, L.M.; Lampert, M. (2012). *Redes Sociais: impactos, desafios e pesquisas no cenário educacional*. São Cristóvão: Editora UFS.
- Piza, M. V. (2012). *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. 48 f. Monografia (Graduação em Sociologia). Universidade de Brasília, Brasília.
- Power BI. (2022). *Aprendizagem orientada*. Disponível em: <https://bit.ly/3bowyxK>.
- Prado, A. C. Facebook e SMS prejudicam desempenho acadêmico; e-mail não parece atrapalhar. 2012. Disponível em: Acesso em: 23 jan. 2022.

- Preece, J. (2000). Online Communities-Designing Usability, Supporting Sociability. 2000.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants – On the Horizon. In NCB University Press, Vol.9 No.5.
- Pryke, M., & Lee, R. (1995). Place your bets: towards an understanding of globalisation, socio-financial engineering and competition within a financial center. *Urban Studies*, 32 (2), 329-344.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & behavior*, 11(2), 169-174.
- Rath, L. (2011). The Effects of Twitter in an Online Learning Environment. *eLearn*, 2011. doi:10.1145/1943208.1944486.
- Reis, S. L. V. (2012). A sobrecarga de informações diante da atenção, interrupções e multitarefas. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2012.
- Reuben, R. (2008). The Use of social media in Higher Education for Marketing and Communications: A Guide for Professionals in Higher Education. Obtido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.534.79&rep=rep1&type=pdf>.
- Rheingold, H. (1993). The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. MIT press.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Sample, M. (2009). Twitter is a Snark Valve. Sample Reality. Disponível em <http://www.samplereality.com/2009/10/07/twitter-is-a-snark-valve/>.
- Sánchez, F. M.J.; Villarejo, R. A.F.; Martín. A. (2011). Social integration and post-adoption usage of social network sites. An analysis of effects on learning performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 13, p. 256-262.
- Sanchis, V. (2013). Creación de una página de Facebook institucional en un departamento de la UA. Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía Universidad de Alicante.

- Santana, J. (2016). Imagem das marcas de Instituições de Ensino Superior no Instagram: o discurso da arte e a construção de identidade do estudante. Dissertação de Mestrado em Comunicação, São Caetano do Sul.
- Santos, B.S.; Radtke, M.L. (2005). Inclusão digital: reflexões sobre a formação docente. Rio de Janeiro: DP&A.
- Scherer, L., & Farias, J. (2018). Uso da Rede Social Facebook como Ferramenta de Ensino-aprendizagem em Cursos de Ensino Superior. Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância, 1(1), pp. 1-19.
- Serra, P. (2008). A Internet como recurso educativo. Universidade da Beira Interior.
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use. Journal of Media Psychology, 20(2), 67-75.
- Silva, A. C. R. (2003). Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. São Paulo: Atlas.
- Silva, D. J. C.; R. N., A.; Anjos, L. C. M.; Miranda, L. C. (2012). Redes sociais e o desempenho acadêmico: um estudo com alunos de contabilidade. In: encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 36., Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Enanpad.
- Silva, L. J. H. (2019). Ferramentas de BI para inteligência competitiva. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Gestão da Informação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/288178281.pdf>. Acesso em: 2 novembro. 2021.
- Simões, L., & Gouveia, L. (2008). Geração Net, Web 2.0 e ensino superior, in Freitas, E. e Tuna, S. (Orgs.) (2009). Novos Média, Novas Gerações, Novas Formas de Comunicar. Edição especial Cadernos de Estudos midiáticos, n. 6. Edições Universidade Fernando Pessoa.
- Sluzki, C. (1998). La red social: frontera de la practica sistematica. Barcelona: Gedisa.
- Souza, A G. (2014). *Whatsapp*, Inovação e Empreendedorismo. Rev. Expressão, p. 119, 2014.
- Spadaro, A. (2013). Web 2.0: Redes Sociais - 1ª ed. – São Paulo: Paulinas, 151p.

- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. Nova York: McGraw Hill Professional.
- Triviños, A. N.S. (1987). Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo. In: _____. *Introdução à pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, p. 31-79.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: how social relations and networks benefit firms seeking financing. *American Sociological Review*, 64, 481-505.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents a decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-5.
- Veiel, H. & Baumann, U. (1992). *The Meaning and Measurement of Social Support*. New York: Hemisphere.
- Venn, W.; Vrakking, B. (2006). *Homo Zappiens: growing up in a digital age*. London: Network Continuum Education.
- Vie, S. (2008). Digital divide 2.0: “Generation M” and online social networking sites in the composition classroom. *Computers and Composition*, 25(1), pp. 9-23.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications* (Vol. 8). Cambridge University Press.
- Waterson, P. (2006). Motivation in online communities. *Encyclopedia of virtual communities and technologies*, 334-337.
- Weigel, M.; James, C.; Gardner, Howard. (2009). Learning: Peering Backward and Looking Forward in the Digital Era. *International Journal of Learning and Media*. Vol. 1, nº 1 (2009), p. 1-18.
- Wire, N. (2010). What Americans do online: social media and games dominate activity.
- Wright, N. (2010). Twittering in teacher education: reflecting on practicum experiences. *Open Learning: The Journal of Open and Distance Learning*, 25(3), 259–265. doi:10.1080/02680513.2010.512102.

- Young, R. (2009). Social media: How new forms of communications are changing job search and career management: Be Heard. Newsletter of the Toronto Chapter of the International Association of Business Communicators. January-February.
- Yu, A.Y.; Vogel, D.; Kwok, R.C.W. (2010). Can learning be virtually boosted? An investigation of online social networks impacts. Computers & Education, 55, p. 1494-1503.

ANEXOS

ANEXO A – Inquérito por Questionário aplicado online

Análise da Influência das Redes Sociais no Desempenho Académico de Alunos do Ensino Superior

O presente questionário enquadra-se no âmbito de projeto de Mestrado em Analítica e Inteligência Organizacional, da Escola Superior de Tecnologia do Instituto Politécnico de Tomar, da aluna Francisca Ramos do Rosário, nº22313.

Esta investigação tem como principal objetivo analisar e compreender qual a importância da utilização das Redes Sociais no desempenho escolar, dos alunos do ensino superior em Portugal.

Os dados recolhidos são confidenciais e destinam-se única e exclusivamente para assuntos académicos. O preenchimento do questionário demora cerca de 5 minutos.

Obrigada pela sua colaboração!

* **Requeridos**

1. Indique o seu género

Mark only one oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

2. Indique a sua idade

Mark only one oval.

- ☐ Até 19 anos;
- ☐ Entre 20 e 29;
- ☐ Entre 30 e 39;
- ☐ Entre 40 e 49;
- ☐ + de 50 anos.

3. Qual o curso que frequenta? *

4. indique o estabelecimento de ensino *

Mark only one oval.

- ☐ Instituto Politécnico de Beja
- ☐ Instituto Politécnico de Bragança
- ☐ Instituto Politécnico de Castelo Branco
- ☐ Instituto Politécnico de Cávado e Ave
- ☐ Instituto Politécnico de Coimbra
- ☐ Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia.
- ☐ Instituto Politécnico de Guarda
- ☐ Instituto Politécnico Jean Piaget do Norte
- ☐ Instituto Politécnico Jean Piaget do Sul
- ☐ Instituto Politécnico de Leiria
- ☐ Instituto Politécnico de Lisboa
- ☐ Instituto Politécnico da Lusofonia
- ☐ Instituto Politécnico de Maia
- ☐ Instituto Politécnico de Portalegre

- ☐ Instituto Politécnico do Porto
- ☐ Instituto Politécnico de Santarém
- ☐ Instituto Politécnico da Saúde do Norte
- ☐ Instituto Politécnico de Setúbal
- ☐ Instituto Politécnico de Tomar
- ☐ Instituto Politécnico de Viana do Castelo
- ☐ Instituto Superior Politécnico da Gaia
- ☐ Instituto Politécnico do Viseu
- ☐ Universidade Aberta
- ☐ Universidade dos Açores
- ☐ Universidade de Algarve
- ☐ Universidade Autónoma de Lisboa
- ☐ Universidade de Aveiro
- ☐ Universidade de Beira Interior
- ☐ Universidade Católica Portuguesa
- ☐ Universidade de Coimbra
- ☐ Universidade europeia
- ☐ Universidade Fernando Pessoa
- ☐ Universidade de Lisboa
- ☐ Universidade Lusíada – Norte
- ☐ Universidade Lusíada de Lisboa
- ☐ Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
- ☐ Universidade Lusófona do Porto
- ☐ Universidade da Madeira
- ☐ Universidade da Maia
- ☐ Universidade do Minho
- ☐ Universidade NOVA de Lisboa

- ☐ Universidade do Porto
- ☐ Universidade Portucalense Infante D. Henrique
- ☐ Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro
- ☐ Universidade de Évora

5. Indique o ano que frequenta

Mark only one oval.

- ☐ 1ºano de Licenciatura
- ☐ 2ºano de Licenciatura
- ☐ 3º ano de Licenciatura
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento

6. Indique qual o estatuto de estudante

Mark only one oval.

- ☐ Estudante
- ☐ Trabalhador-estudante

Entendendo a relação do aluno com as redes sociais.

7. Tem conta em alguma rede social?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não (Se respondeu não, passe diretamente para a questão nº 26, ultima página do questionário)

8. Se sim, indique qual(ais) a(s) rede(s) sociais em que tem conta ?

Check all that apply.

- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Facebook
- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ Other: _____

9. Há quanto tempo utiliza as redes sociais?

Mark only one oval.

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ Entre 1 e 3 anos
- ☐ Entre 3 e 5 anos
- ☐ Mais de 5 anos

10. Qual a frequência com que utiliza as redes sociais?

Mark only one oval.

- ☐ Diariamente
- ☐ 2 a 3 vezes por semanas
- ☐ Semanalmente
- ☐ Raramente

11. Se respondeu, diariamente na questão anterior (10), em média, quanto tempo passa por dia nas redes sociais?

Mark only one oval.

- ☐ Até 30 minutos
- ☐ Até 60 minutos
- ☐ Até 90 minutos
- ☐ mais de 120 minutos

12. Qual a rede social que utiliza com mais frequência?

Mark only one oval.

- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Facebook
- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ Other: _____

13. Na rede social que mais utiliza, tem como amigos:

Check all that apply.

- ☐ Colegas da escola
- ☐ Colegas da Turma
- ☐ Desconhecidos
- ☐ Irmãos
- ☐ Mãe/Pai
- ☐ Pessoas Famosas
- ☐ Primos
- ☐ Professores
- ☐ Tios

14. Quais os motivos que o/a levam a utilizar as redes sociais?

Check all that apply.

- ☐ Aceder a sites que me interessam através de link partilhadas
- ☐ Comunicar com a turma
- ☐ Comunicar com amigos
- ☐ Comunicar com colegas (grupos de trabalhos)
- ☐ Comunicar com colegas (individualmente)
- ☐ Comunicar com familiares
- ☐ Curiosidade
- ☐ Fazer amigos
- ☐ Fazer trabalhos escolares
- ☐ Jogar
- ☐ Marcação de atividades
- ☐ Participar em discussões
- ☐ Partilhar ficheiros
- ☐ Porque todos usam
- ☐ Other: _____

15. 15. Utiliza alguma(s) rede(s) social(s) única e exclusivamente para assuntos académicos (estudos, realizações de trabalhos, pesquisa)?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

16. Se sim, qual(ais) rede(s) social(s)?

Check all that apply.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ Other: _____

17. Na sua opinião, qual a rede social com melhor organização em termos de conteúdos ?

Mark only one oval.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ Other: _____

18. Costuma utilizar alguma rede social no decorrer das aulas, para apoio as mesmas?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

19. Se sim, Qual(ais)?

Check all that apply.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ Other: _____

20. Que tipo de informação coloca nas redes sociais?

Check all that apply.

- ☐ Informação pessoal (onde moro, onde estudo, o meu e-mail...)
- ☐ Informação das matérias das aulas
- ☐ Fotografias/Vídeos pessoais Interesses
- ☐ Como me sinto (alegre, triste, com saúde, apaixonado...)
- ☐ Pensamentos
- ☐ Comentários
- ☐ Não coloco nada
- ☐ Other: _____

21. Que vantagens vê na utilização das redes sociais como apoio ao estudo?

Check all that apply.

- ☐ Facilita o contacto com os colegas
- ☐ Facilita a discussão dos assuntos das aulas ou matérias
- ☐ Permite a partilha de recursos didáticos (ficheiros, etc.)
- ☐ Facilidade de utilização
- ☐ Informação sempre acessível
- ☐ Auxílio no estudo
- ☐ Mais fácil/motivador
- ☐ Divertido
- ☐ Other: _____

22. Considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais?

Mark only one oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

23. Acha que as suas notas são influenciadas pela utilização das redes sociais?

Mark only one oval.

☐ Sim

☐ Não

24. Acha importante e viável que os professores utilizem as redes sociais para apoio as aulas?

Mark only one oval.

☐ Sim

☐ Não

Tópicos sobre a utilização das redes sociais

25. Indique a sua opinião sobre as seguintes afirmações:

Mark only one oval per row.

	Discordo plenamente	Discordo	Concordo	Concordo plenamente	Não concordo nem discordo
Enquanto estudo não utilizo as redes sociais	☐	☐	☐	☐	☐
As redes sociais contribuirão positivamente para o meu desempenho escolar	☐	☐	☐	☐	☐
Só algumas redes sociais são úteis para o apoio escolar	☐	☐	☐	☐	☐

**Tenho mais
motivação para
estudar com a
utilização das
redes sociais**

☐☐☐☐☐

**A utilização
das redes
sociais em sala
de aula
contribui para o
enriquecimento
da aula.**

☐☐☐☐☐

**Considero que
a utilização das
redes sociais
pelos
professores é
mais motivador
para os alunos**

☐☐☐☐☐

26. Qual a razão para não utilizar redes sociais?

Mark only one oval.

☐ Considero uma perda de tempo

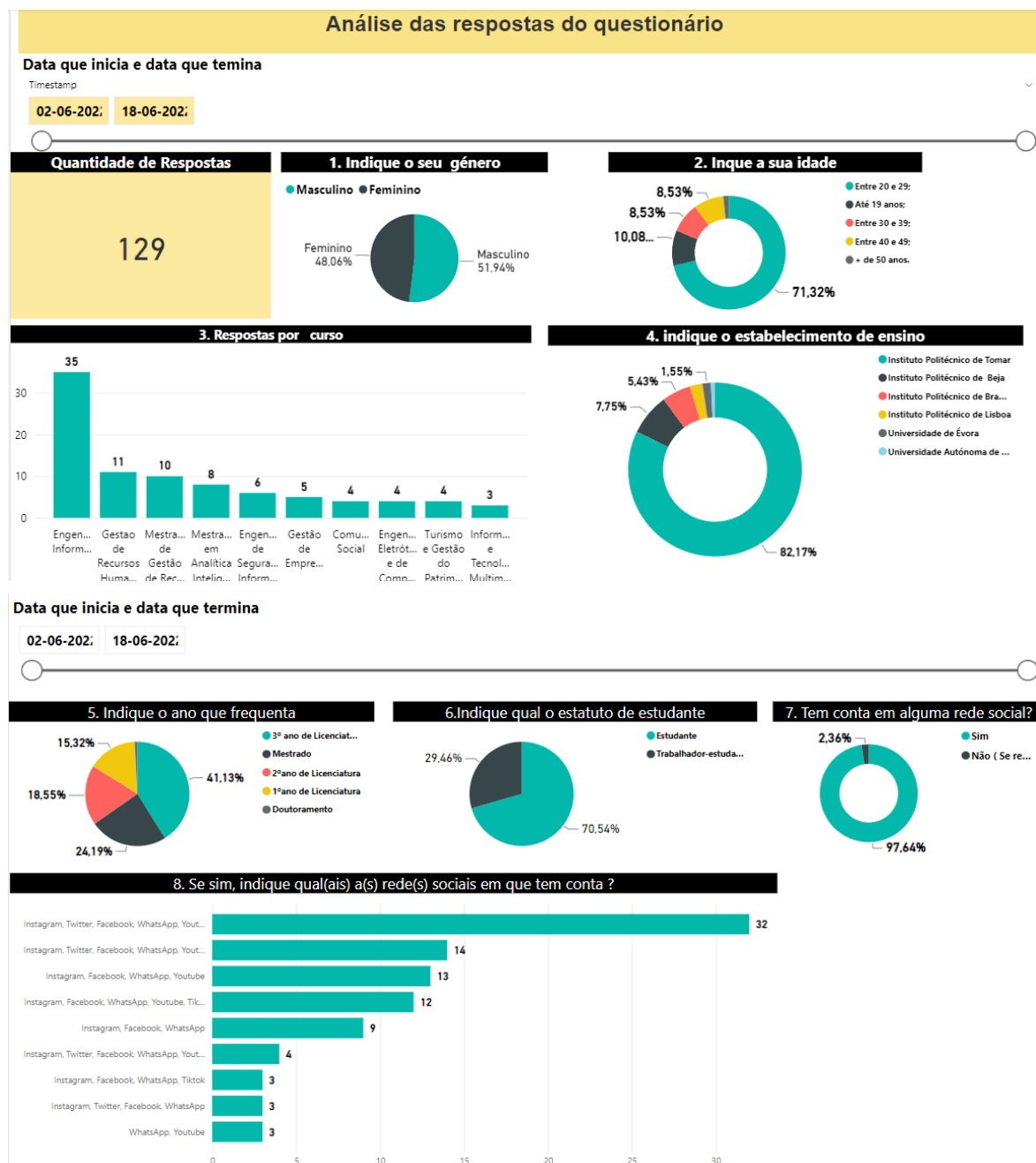
☐ Não vejo utilidade

☐ Porque não me interessa

☐ Porque não quero

☐ Other: _____

ANEXO B – Relatórios das Respostas do Questionário com o Power BI



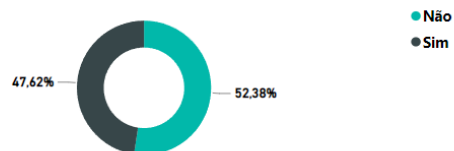
Data que inicia e data que termina

02-06-2021 18-06-2021

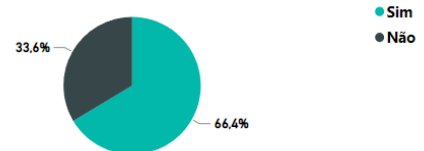
22. Considera existir uma maior interação e comunicação entre as colegas de turma a partir da utilização das redes sociais...



23. Acha que as suas notas são influenciadas pela utilização das redes sociais?

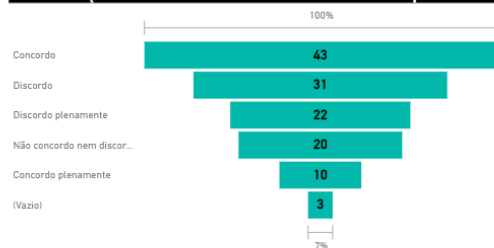


24. Acha importante e viável que os professores utilizem as redes sociais para apoio as aulas?

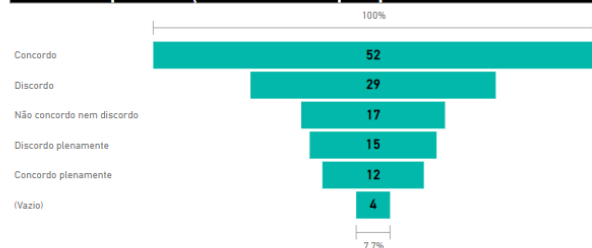


25. Tópicos sobre a Utilização das Redes Sociais.

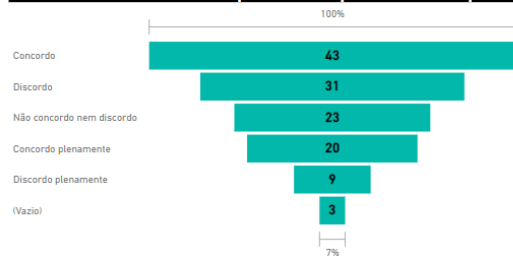
1. A utilização das redes sociais em sala de aula contribui para o enri...



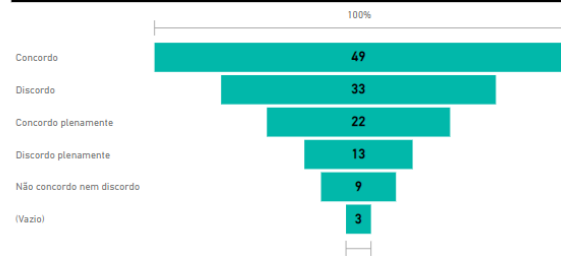
2. Considero que a utilização das redes sociais pelos professores é mais motivador...

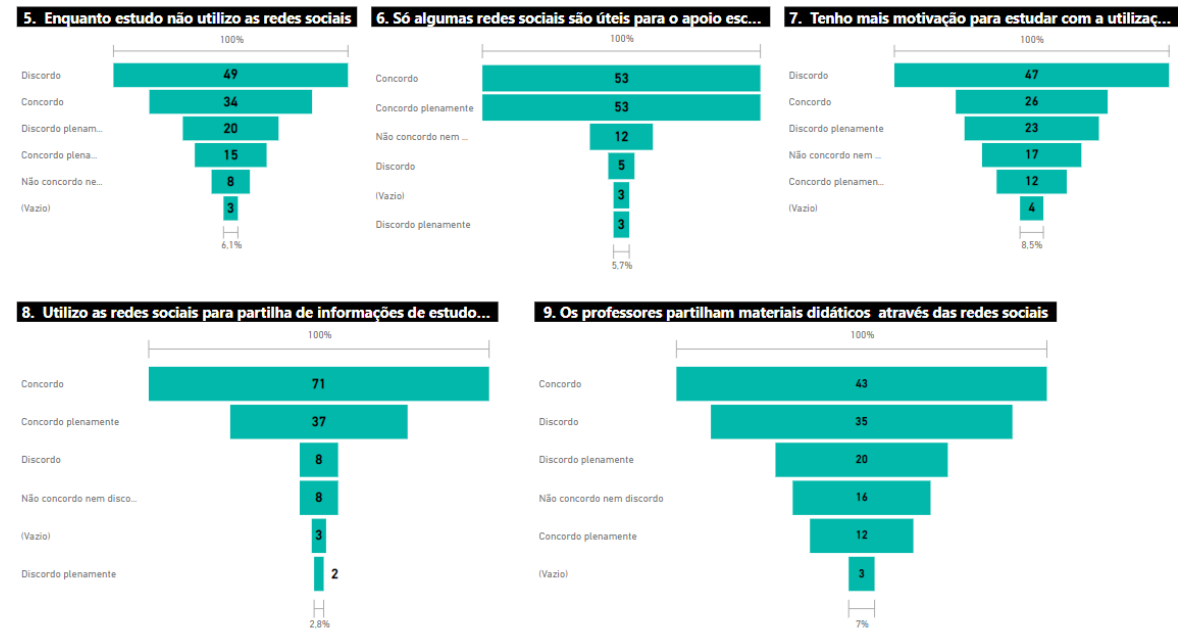


3. As redes sociais contribuírem positivamente para o meu desempenh...



4. Costume utilizar as redes sociais durante o decorrer das aulas.





26. Razões para não utilizar as Redes Sociais

