



Departamento de Sociologia

Desconectados – Indivíduos que saíram de plataformas de redes sociais: Motivações, Perfis e Estratégias de Retenção

Joana Isabel Pinheiro Rodrigues

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão de Novos Media

Orientador

Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Junho, 2020



Departamento de Sociologia

Desconectados – Indivíduos que saíram de plataformas de redes sociais: Motivações, Perfis e Estratégias de Retenção

Joana Isabel Pinheiro Rodrigues

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão de Novos Media

Orientador

Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Junho, 2020

Desconectados – Indivíduos que saíram de plataformas de
redes sociais: Motivações, Perfis e Estratégias de Retenção

Joana Pinheiro Rodrigues

Junho,
2020

Agradecimentos

Em primeiro lugar, os agradecimentos são dirigidos à família, que tanto me apoiou e motivou durante largos meses de trabalho pós-laboral.

Em segundo lugar, aos amigos do coração que acreditam em mim e que tiveram um papel importante no que toca à necessidade de descontrair e espairecer durante todo o processo de investigação.

À Doutora Telma, que sempre me motivou.

Aos colegas de Mestrado, que, mais do que ninguém partilhavam as mesmas preocupações, receios e problemas, mas que em conjunto, contribuíram para uma escalada de positividade face a este desafio.

Por fim, importa prestar agradecimentos ao meu Orientador e a todo o grupo docente e não docente do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa que esteve disponível para me auxiliar, e em alguns casos, a descomplicar o meu raciocínio inquieto.

Desconectados – Indivíduos que saíram de plataformas de redes sociais: Motivações, Perfis e Estratégias de Retenção

Resumo: Esta dissertação explora a temática do não-uso e do abandono de plataformas de redes sociais em contraste com o paradigma de conectividade “24/7”, numa sociedade em que os fluxos sociais e de comunicação são mediados através destas plataformas. Através de uma estratégia de *snowballing* engrenada na aplicação de um questionário e de uma estratégia de *networking*, realizaram-se 20 entrevistas semiestruturadas, das quais se extraiu o testemunho dos desistentes de plataformas de redes sociais no formato de uma amostra de conveniência. Os entrevistados foram selecionados de acordo com o seu encaixe no critério para a condição de *desconectado*. A investigação faz o levantamento das motivações que levam os indivíduos a desativar ou eliminar os seus perfis online, relacionando o tipo de motivações com a existência de grupos sociais específicos. Perante um objeto de estudo pouco explorado, são traçados e analisados os hábitos de consumo digitais da amostra, comprovando a inserção destes indivíduos no meio digital. Para além disto, e através do feedback dos não-utilizadores desistentes, foi possível reunir um conjunto de medidas e estratégias de retenção para a renovação do *engagement* destes indivíduos e consequente reincidência nestas plataformas. Conclui-se que apesar da sua posição de desconexão para com as redes sociais digitais, estes indivíduos possuem os recursos, o acesso e as habilidades para uma utilização plena, distanciando-se, pelos seus perfis escolarizados, dos indivíduos reféns da exclusão digital involuntária. Os *desconectados* da amostra postulam a desconexão digital enquanto estilo de vida, forma de resistência e protesto ou como mecanismo de proteção.

Palavras-Chave: Desconexão Digital Voluntária e Não-voluntária, Exclusão digital, Plataformas de Redes Sociais, Abandono, Desistentes, Estratégias de Retenção

Disconnected - Individuals who left social networking platforms: Motivations, Profiles and Retention Strategies

Abstract: This dissertation explores the theme of non-use and abandonment of social networking platforms in contrast to the “24/7” connectivity paradigm, in a society in which social and communication flows are mediated through these platforms. Through a snowballing strategy geared to the application of a questionnaire and a networking strategy, 20 semi-structured interviews were conducted, from which the testimony of dropouts from social networking platforms was extracted in the form of a convenience sample. The interviewees were selected according to their fit in the criterion for the *disconnected* condition. The investigation surveys the motivations that lead individuals to deactivate or eliminate their online profiles, relating the type of motivations to the existence of specific social groups. As a unusual object of study, the digital consumption habits of the sample are traced and analyzed, proving the insertion of these individuals in the digital environment. In addition, and through feedback from dropouts non-users it was possible to gather a set of measures and retention strategies for renewing the *engagement* of these individuals and consequent recurrence on these platforms. It is concluded that despite their disconnected position towards digital social networks, these individuals have the resources, access and skills for full use, distancing themselves, due to their schooling profiles, from the individuals affected by the involuntary digital exclusion. Those *disconnected* from the sample postulate digital disconnection as a lifestyle, a form of resistance and protest or as a protection mechanism.

Keywords: Voluntary and Non-Voluntary Digital Disconnection, Digital Exclusion, Social Networking Platforms, Abandonment, Dropouts, Retention Strategies

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1. REVISÃO DA LITERATURA E ENQUADRAMENTO TEÓRICO: DO DIGITAL DIVIDE DOS “HAVE-NOTS” À DESCONEXÃO VOLUNTÁRIA DOS “WANT-NOTS”	3
1.1 <i>Digital Divide</i> e Exclusão Digital	3
1.2 Não-utilização das Redes Sociais Digitais	6
1.3 Desconexão Digital	10
1.4 Movimentos de rejeição e resistência – Tecnologia, Media e Redes Online	12
1.5 Melhorias nas Plataformas de Redes Sociais	15
CAPÍTULO 2. METODOLOGIA	17
1.1 Questões de Investigação	17
1.2 Objetivos	17
1.3 Métodos, Técnicas e Processo.....	18
1.4 Descrição da Amostra	19
1.5 Modelo de Análise.....	19
CAPÍTULO 3. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	19
1.1 Motivações para o abandono das Redes Sociais Digitais.....	19
1.2 O Perfil dos <i>Desconectados</i> – Grupos e Testemunhos.....	25
1.3 Consumos Digitais na Desconexão	32
1.4 Perceção da Desconexão Digital na Sociedade	34
1.5 Consequências da Desconexão Digital.....	35
CAPÍTULO 4. DISCUSSÃO: PRÁTICAS DE ABANDONO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS	39
1.1 Desconexão em plena Conexão – Sinais de <i>disengagement</i>	39
1.2 Abandono das Redes Sociais Digitais e Desconexão Digital – Significados.....	41
1.3 O Direito à Desconexão Digital	43
CAPÍTULO 5. ESTRATÉGIAS DE RETENÇÃO: MELHORIAS NAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS SEGUNDO O FEEDBACK DOS DESISTENTES.....	43
CONCLUSÃO	47
BIBLIOGRAFIA	50
ANEXOS	i
CV	xii

INTRODUÇÃO

O advento das redes sociais digitais no início do século XXI revolucionou o mundo da comunicação e marcou uma era de avanço tecnológico sem precedentes, que por sua vez veio alterar os mecanismos de interação entre humanos e computadores, abalando os sistemas económicos globais com novos modelos de negócio. Plataformas como o Facebook, o Twitter, o Instagram e tantas outras similares, fazem parte do universo dos Novos Media, um conceito que visa hoje reunir “(...) atributos distintos – como o digital, o online, a rede (ou a Internet), as bases de dados ou a realidade virtual (...) integrando-os num tipo de utilização precisa: a função social de mediação” (Ferreira, 2018:13), existindo aqui a associação às potencialidades da Web 2.0 e à “cultura participativa” de Jenkins (2006) entre plataformas, meios e utilizadores. Entender as dinâmicas dos Novos Media, das redes sociais digitais e dos seus utilizadores constitui assim uma forma de “(...) relacionar a evolução recente dos media com as mudanças tecnológicas e, de igual modo, com as mudanças sociais que com eles coexistem” (Ferreira, 2018:14). Uma vez que esta investigação utiliza as plataformas de redes sociais (e a sua não-utilização e abandono) como objeto de estudo, é necessário fazer a distinção entre as noções de *social media* (media sociais), *social networks* (redes sociais) e *social networks sites* (sites de redes sociais), de forma a categorizar e posicionar corretamente o Facebook, o Twitter, o Instagram e outras plataformas que serão referenciadas durante o estudo. Para Valentini & Kruckerberg (2012), nos *sites de redes sociais*, o ponto de atenção é a conexão dos usuários e a própria dinâmica de rede, enquanto que nos *media sociais* o foco está nas formas de interação do utilizador e no seu comportamento (em relação ao conteúdo). Ou seja, *sites de redes sociais* são plataformas digitais, nas quais os *media sociais* criam canais de comunicação e informação para estabelecer relacionamentos entre indivíduos e as organizações (Valentini & Kruckerberg, 2012). É importante referir que para a presente investigação, o termo *redes sociais* não é o mais correto, uma vez que este termo não se refere especificamente às *redes sociais digitais*, mas sim, a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por um conjunto de relacionamentos, tais como a amizade, o trabalho ou o intercâmbio de informações (Garton *et al.*, 1997). O Facebook, o Twitter, o Instagram e outras plataformas de redes sociais digitais são definidas como “plataformas de comunicação, nas quais os participantes possuem perfis exclusivamente identificáveis que consistem em conteúdo fornecido pelo usuário, conteúdo fornecido por outros usuários e/ou dados fornecidos pelo sistema; [onde] podem articular publicamente conexões que podem ser visualizadas e percorridas por outros; e onde podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado pelo usuário (*User-Generated Content* ou UGC) fornecidos pelas suas conexões no site” (Boyd & Ellison, 2013). Estas plataformas são elementos constituintes da sociedade em rede – “(...) uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes” (Castells & Cardoso, 2005:20). Noutra perspetiva, Kaplan & Haenlein (2010: 61), veem estas plataformas como

“um grupo de aplicativos alicerçados na Internet que se baseiam nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0 e que permitem a criação e a troca de conteúdo gerado pelo usuário”.

No que toca à popularidade e adesão às redes sociais digitais a nível global, o Statista¹ estima que em 2019, cerca de 2,95 bilhões de pessoas utilizavam plataformas de redes sociais em todo o mundo, um número que chegará aos 3,21 bilhões já em 2021. Em Portugal, se em 2017 a taxa de crescimento destas plataformas foi de 17,1%, em 2019 subiu para a meta dos 63,6%, de acordo com o estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais 2019” da Marktest, tendo sido o Facebook a rede social digital mais utilizada (95,3%), seguida do Instagram (67,9%) e do Youtube (53,9%). Entre as motivações para a utilização destas plataformas, Lorenzo *et al.* (2011) enaltecem três razões principais: *entretenimento*, *comunicação* e *porque foram convidados por amigos*. Questões relacionadas com as motivações para a participação em redes sociais digitais estão na origem de motivos intrínsecos ou extrínsecos (Amarasinghe, 2010). O altruísmo, a curiosidade, a realização, o sentido de comunidade e o prazer da partilha são identificados como fatores intrínsecos, e a recompensa, o reconhecimento, a reciprocidade, a afiliação, o poder e a colaboração como fatores extrínsecos (Rodrigues, 2012). É ainda importante destacar o poder agregador das redes sociais digitais, que oferecem uma sensação de “pertencer a alguma coisa”, “de estar em algum lugar” tal como refere Guattari (2009:158) *apud* Karppi (2014). Apesar disto, o estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais 2016” revelava que já que nesse ano, um em cada cinco utilizadores revelou ter abandonado alguma rede social digital nos últimos doze meses antecedentes, num total de 21% de indivíduos que invoca a falta de interesse como o motivo principal do abandono.

Em oposição ao atual paradigma de comunicação em rede, no qual existe uma necessidade de conexão “24/7” e onde a utilização de plataformas de redes sociais satisfazem uma das maiores necessidades dos indivíduos – a interação social, a presente investigação apresenta uma análise sociológica que visa fazer o levantamento das principais motivações que levam os indivíduos portugueses a sair de PRS² (através da desativação ou eliminação de perfis identificativos) e a abandonar as normas vigentes desses contextos, procurando relacioná-las com grupos específicos da população que tenham abandonado as suas contas pessoais em pelo menos quatro PRS mais utilizadas em Portugal e no mundo, um critério que será desenvolvido nos Capítulos 2 e 3. A dissertação faz o levantamento do estado da arte da temática no Capítulo 1, explorando o campo da não-utilização das PRS na literatura e fazendo a identificação das motivações, práticas e categorias existentes; é, antes disso, abordada a temática da exclusão digital, essencial para estabelecer um paralelo entre exclusão digital voluntária e não-voluntária; para além disso, é percorrido um caminho teórico no campo da desconexão digital, uma das palavras-chave da investigação e pelos vários movimentos que estão relacionados com o não-uso; por fim, a revisão da literatura incide sobre a área das melhorias e desenvolvimentos de PRS, com o objetivo de fazer o prolongamento do tema no Capítulo 5. O Capítulo 2 engloba todo o trajeto metodológico ao longo da investigação: construção, aplicação e análise; O Capítulo 3 destina-se à

¹ *Number of social media users worldwide from 2010 to 2023.*

² Abreviação para a expressão “plataformas de redes sociais”.

análise de resultados no que toca ao traçar de perfis e motivações dos desistentes; A discussão sobre abandono, desconexão digital e os seus significados é levada a cabo no Capítulo 4, para além do debate sobre a desconexão em plena conexão e sobre as matérias legais relativas ao direito à desconexão; por fim, o último capítulo visa, com base no feedback dos desistentes, contribuir para o desenvolvimento e melhoria da dinâmica de funcionamento de PRS através de estratégias de retenção que passam pela reformulação do desenho da interação e do processo de envolvimento das redes sociais digitais, com vista a contribuir diretamente para a área científica dos Novos Media. No final, são apresentadas conclusões sobre o projeto, a bibliografia da temática e os anexos.

A investigação conta com o contributo de áreas como a Sociologia, a Psicologia Social e das Ciências da Comunicação com ramificações no campo dos Novos Media. A justificação da escolha do tema prende-se ao interesse pessoal da investigadora, pela vontade de estudar um fenómeno minoritário que poderá ser uma tendência de futuro, pela necessidade de preenchimento da lacuna no que toca à exploração do tema em Portugal e ao contributo do estudo para o processo de desenho e reconstrução da dinâmica das PRS de forma a que estas não percam utilizadores. Tal como é apontado por Wyatt, Thomas e Terranova (2002), é necessário encarar de forma séria os não-utilizadores e ex-utilizadores como grupos sociais relevantes porque estes podem traduzir a existência de atores sociais que podem influenciar o trajeto sociocultural do mundo.

CAPÍTULO 1. REVISÃO DA LITERATURA E ENQUADRAMENTO TEÓRICO: DO *DIGITAL DIVIDE* DOS “*HAVE-NOTS*” À DESCONEXÃO VOLUNTÁRIA DOS “*WANT-NOTS*”

1.1 *Digital Divide* e Exclusão Digital

O conceito de *digital divide* refere-se à distinção entre aqueles que têm acesso à Internet e que estão aptos para fazer uso dos novos serviços oferecidos na rede (*World Wide Web*), e aqueles que estão excluídos desses serviços por questões relacionadas com o género, idade, educação, rendimentos, grupos sociais ou localização geográfica, segundo o Glossário Eurostat. Esta segunda fação de indivíduos (aqueles que estão excluídos do acesso) compõe a base do conceito de *exclusão digital*, traduzida pela falta de dispositivos de hardware e serviços de Internet (Khalid & Pedersen, 2016) relacionada com a não existência de *acessibilidade*, que inclui a divisão de acesso entre áreas rurais e urbanas, bem como as disparidades na alfabetização e literacia de informação (Khalid & Pedersen, 2016). Passerino & Montardo (2007) olham, por sua vez, a exclusão digital em termos de falta de recursos computacionais e de rede, e da debilidade de acesso e de produção de informação em função disso. Nas palavras de Rice & Katz (2003) o *digital divide* assenta na diferença de acesso e uso dos novos serviços de media de acordo com género, renda, raça e localização. A exclusão digital está diretamente associada à utilização da Internet, numa estrutura que “postula a existência de uma lacuna social entre “quem tem” e “quem não tem” o acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação” (Van Deursen & Helsper, 2015), na qual existe uma suposição de que o não-uso ou a falta de acesso são considerados deficiências a serem

resolvidas (Wyatt, 2003) e numa clara ligação à exclusão social, que resulta numa desvantagem de participação dos indivíduos na comunidade (Khalid & Pedersen, 2016). Sem a existência de “acesso motivacional” (Van Dijk, 2005 *apud* Reisdorf & Groselj, 2015), acesso físico, capacidades de acesso e de uso, os indivíduos não se encontram aptos para adotar a Internet e as suas potencialidades, independentemente da zona do globo em que se encontram.

Segundo Neves & Rente (2017), o estudo da exclusão digital continua a ter como foco principal a vertente da exclusão digital involuntária, em que fazem parte do objeto de análise “pessoas idosas e grupos marginalizados, ou seja, naqueles que não têm acesso ou não possuem literacia digital”. Ora, ao longo da investigação, o que se pretende é desmistificar a ideia de que a exclusão digital é apenas movida pelas lacunas da educação, acesso e rendimentos, sendo possível, hoje em dia, ser uma opção para indivíduos com educação superior, fontes de rendimento estáveis, com níveis de literacia comprovados e que traduzem uma nova forma de exclusão (e desconexão) digital parcial, em que a equidade digital é assegurada por via de outras opções digitais, exploradas no ponto 1.3 do Capítulo 3.

No campo das barreiras à adoção da tecnologia, é importante sublinhar que decisões de exclusão digital podem estar relacionadas com *barreiras funcionais* (questões técnicas e custos), *psicológicas* (conflitos relacionados com a religião, valores ou preferências pessoais) ou de *informação* (falta de perceção de benefício por parte do indivíduo ou questões de iliteracia), de acordo com Joseph (2010) *apud* Guo *et al.* (2012). Todavia, um dos maiores preditores da exclusão digital continua a ser a educação (Van Dijk, 2005; Robinson, DiMaggio & Hargittai, 2003 *apud* Van Deursen & Helsper, 2015b) – variável que na presente investigação confere outro tipo de conclusões, discutidas no Capítulo 3. Para Van Deursen *et al.* (2017), existem quatro conceitos que são necessários para uma compreensão total da desigualdade digital: *motivação*, referente às atitudes e razões para o não-uso; *acesso*, relativo à quantidade, qualidade, e omnipresença dos media digitais; *habilidade*, relacionada com o meio e o conteúdo; e *uso*, que implica o envolvimento e a criação de conteúdo digital. Contudo, para Helsper (2017), o conceito de *exclusão digital* é considerado relativo, uma vez que é um termo que varia consoante o que é considerado necessário para a participação numa determinada sociedade (em termos digitais), num dado momento. Hoje, a presença nas redes sociais digitais é considerada absolutamente necessária para a participação plena na vida pública, pelo que é do maior interesse perceber as motivações que levam os indivíduos a rejeitar e a abandonar PRS. Juntamente com as formulações de Eynon & Helsper (2011) e Selmyn (2006), Helsper & Reisdorf (2016) sublinham a existência de divergências entre investigadores sobre até que ponto estas “escolhas” individuais (para o não-uso) são verdadeiramente livres e espontâneas ou forçadas também por circunstâncias socioeconómicas ou práticas culturais. Helsper (2017), frisa também que as causas das iniquidades digitais são vistas como provenientes de restrições estruturais de nível macro (podendo ser associadas à *exclusão digital involuntária*) que levam a desigualdades entre grupos socioeconómicos e culturais, ou decorrentes de fatores de nível microindividual (podendo existir uma relação com a *exclusão digital voluntária*) como a personalidade.

Através de Wyatt, Thomas & Terranova (2002), é possível aceder aos quatro fatores determinantes no processo de adoção de uma tecnologia identificados por Everett Rogers em 1983: *traços de personalidade individual*; *características socioeconómicas*; *influência da comunicação interpessoal*; e *atributos percebidos da inovação em si*. Tal como é observado pelos autores (2002), questões de não-acesso são associadas a inúmeras formas de exclusão social, sendo raramente equacionada a possibilidade de um não-acesso voluntário enquanto escolha ponderada e informada. Em 2003, Selwyn avalia os quatro discursos patologizados pelos académicos e que justificavam a exclusão digital: a *deficiência material ou cognitiva*, a *technophobia* – “considerada pelos psicólogos sociais como o medo e a apreensão de um indivíduo ao considerar as implicações do uso da tecnologia, mesmo quando não representa uma ameaça real ou imediata”, *recusa ideológica* (apesar destes indivíduos poderem aceder) e a *teoria da difusão*, com a qual é identificado um déficit de personalidade ao indivíduo, marcado por uma situação social. Por contraste, Park, Middleton & Allen (2013) focam-se no surgimento de um novo tipo de exclusão digital, mais do que nunca condicionado pelas variações de uso e apropriação da Internet. Para os autores, é claro que o *status económico* e os *custos de adoção* se tornaram fatores menos relevantes comparativamente às *habilidades e eficácia*, à *motivação e desinteresse* e às *atitudes e traços pessoais dos indivíduos*. De acordo com Van Deursen *et al.* (2017), não existe exclusão digital se os indivíduos possuírem as seguintes competências: *habilidades operacionais* (ou capacidades práticas de manuseamento da tecnologia), *habilidades de navegação na informação* (relacionadas com a pesquisa, triagem e avaliação da informação), *habilidades sociais e criativas* (comunicar, entender, trocar significado e a criação de conteúdo adaptado), uma questão que será comprovada nos Capítulo 3. Todavia, para Neves & Rente (2017), a exclusão digital, seja voluntária ou involuntária “(...) pode reproduzir e aumentar as desigualdades sociais, mas os seus efeitos dependem sempre de tipos de não utilização e utilização”, ideia que será desenvolvida ao longo da investigação.

Indo ao encontro destas formulações e dos objetivos da presente dissertação, uma viagem empírica pelo mundo da exclusão digital revelou-se essencial, contudo, após uma maior análise, ficou definido que o conceito mais correto de utilizar, será, neste caso, a noção de *desconexão digital* (voluntária ou involuntária), que será explorada ainda na revisão de literatura e ao longo da investigação. Isto porque, o termo *exclusão digital* sempre esteve associado às classes sociais baixas, pouco escolarizadas, com baixos rendimentos e com mais idade. Ora, sendo que esta investigação pretende apresentar uma nova visão sobre a exclusão digital, em que o objeto de estudo serão grupos instruídos, conscientes e perfeitamente informados, o foco estará no levantamento e análise na ordem das barreiras psicossociais que estão diretamente relacionadas com o fenómeno da desconexão digital voluntária e involuntária (em casos muito específicos), como se verá nos próximos capítulos.

1.2 Não-utilização das Redes Sociais Digitais³

a) Motivações

Para se compreender melhor toda a temática, é necessário fazer de antemão a distinção entre não-utilização (de PRS) e o abandono (de PRS). Neste caso, para Guo *et al.* (2012), a não-utilização é caracterizada pelo facto de o indivíduo não possuir uma conta identificativa em nenhum serviço ou plataforma. Por outro lado, abandono ocorre quando um utilizador que possui uma conta originalmente com um serviço, a encerra posteriormente. Portwood-Stacer (2012) ressalta que os usuários se podem desconectar de PRS por diferentes razões: *por uma sobrecarga de tecnologia*, pelo facto de *não gostarem do conteúdo e das atualizações*, por *não se sentirem encaixados nos perfis de usuários* ou simplesmente como *ato de resistência aos sites de redes sociais*. Em 2014, Guo *et al.* investigam o abandono de PRS, centrando-se no fenómeno aplicado ao Facebook e ao Twitter. Entre as três maiores razões para o abandono do Twitter estão a preferência em *usar apenas uma conta de rede social*, a *baixa taxa de adoção entre familiares/amigos* e a *aversão em partilhar a vida pessoal com estranhos*. Por sua vez, as motivações para o abandono do Facebook apenas diferiam num ponto face ao Twitter: pelo facto do indivíduo *não querer deixar rasto na Internet*. Por sua vez, em 2013, Baumer *et al.* destacam a preocupação com a *privacidade*, com o *uso indevido de dados*, a *diminuição da produtividade* (quer no trabalho, quer a nível pessoal), a *banalidade dos fluxos da rede*, o *desperdício de tempo*, o *vício crescente* e a *existência de pressões ou perseguições externas* (sociais, pessoais, profissionais ou institucionais) como fatores preponderantes para o abandono do Facebook. Também Lampe, Vitak & Ellison (2013) identificam cinco categorias de motivações para o não-uso do Facebook: *restrições de tempo*, a *impessoalidade da comunicação online*, *preocupações com a privacidade*, *colapso de contexto*, e *falta de interesse* em geral. Recentemente Baldi *et al.* (2018) fazem o levantamento dos motivos que desencadearam o processo de declínio do Facebook: 1) *preocupações com a privacidade* (caso da proteção de dados); 2) *tempo gasto no Facebook* (sentimento de estar viciado); 3) *aspectos negativos sobre os amigos do Facebook* (conversas superficiais e amigos que não são reais); 4) *insatisfação com conteúdos publicados pela rede de amigos e conteúdos não desejados* (assuntos pífios, preconceito e disseminação de discursos de raiva); 5) *emoções* (sentimentos negativos emergidos através do uso do Facebook, como por exemplo ansiedade e tristeza); 6) pelo próprio sentimento de *obrigação do uso do Facebook* (pressão dos amigos, pressão no trabalho e pressão em contexto escolar ou académico) e por fim, 7) *falta de interesse e outros motivos*, como *falta de motivação*. Baldi *et al.* (2018) ressaltam ainda que a construção da confiança entre os casais é uma barreira que as PRS representam, constituindo esta uma das causas para a eliminação das contas. Curiosamente, Dindar & Akbulut (2014) constatam que o uso de PRS é considerado um *gatilho de ciúmes e um ponto de discórdia* no que toca à construção de

³ Devido ao facto do Facebook ser uma das PRS mais usadas em todo o mundo, ao seu impacto nos processos de interação sociais a partir de 2004 e à sua permanência quase inabalável no mercado digital, a maioria dos estudos sobre as motivações e não-uso de PRS centram-se nesta plataforma específica, sendo que os resultados têm sido generalizados à grande parte das PRS, inspiradas na mesma dinâmica.

confiança entre casais, o que se traduz na desistência da utilização entre conjugues numa espécie de pacto de benefícios e perdas. Já em 2011, Utz & Beukeboom demonstravam empiricamente a relação entre autoestima, ciúme e satisfação no relacionamento dos utilizadores de PRS. Por outro lado, Baker & White (2011) focam-se nas motivações dos adolescentes para o abandono de PRS, sendo as seguintes as mais populares (e que acabam por ir ao encontro das motivações da população em geral): *falta de motivação, má gestão tempo* (pelo uso), *preferência por outras formas de comunicação, preferência por se envolverem em outras atividades, preocupações com segurança cibernética e aversão à autoapresentação online*. Tal como é percebido por Neves & Rente (2017), a não-utilização de PRS por jovens estudantes com idades compreendidas entre os 18 e os 26 anos, não está alistada à falta de acesso ou iliteracia digital, mas sim como uma decisão pessoal livre e ponderada, na medida em que estas plataformas são vistas como “inúteis, desnecessárias e sem valor acrescentado” para as vivências da sua amostra, que identifica a *exposição pessoal, o mexerico, o voyeurismo, o flirt, a internet displacement* (em que o tempo livre offline é canalizado para a Internet e para as PRS) e o *colapso de contextos*⁴, como as motivações para o abandono. Também a preocupação com a *moralidade* é discutida como uma das várias motivações por trás deste tipo de resistência; Igualmente importantes são as preocupações com a *cultura, a iluminação* (leia-se pensamento crítico e reflexivo), a *democracia, a comunidade e a saúde* - valores degradados pelas PRS, de acordo com as pesquisas de Syvertsen (2017). Completando este raciocínio, Schoenebeck (2014) alerta para o desenvolvimento do *pânico moral* sentido durante a utilização de PRS, que varia de preocupações que podem *ameaçar valores* ou a *ordem social*, desde a existência de predadores sexuais à incapacidade de se concentrar e à falta de capacidade de se comunicar cara a cara.

b) Práticas e Categorizações

Em 2002, Wyatt Thomas & Terranova identificam desde logo quatro categorias de não-uso da tecnologia e respetivas motivações: *never used* – indivíduos que nunca usaram e não querem (*não-uso voluntário*); *never used* – indivíduos que nunca usaram e não têm o acesso por diversas razões (*não-uso involuntário*); *stopped using* – indivíduos que suspenderam o uso por motivos vários como a falta de interesse ou outras alternativas (*abandono voluntário*); e *stopped using* - indivíduos que suspenderam o uso por questões de custo ou perda de acesso (*abandono involuntário*). Face a estas designações, os autores procederam à divisão do não-uso da seguinte forma: *resisters* (resistentes), *excluded* (excluídos), *rejecters* (rejeitores), e *expelled* (afastados), respetivamente. No entanto, estes conceitos são ainda divididos por dois grupos (Wyatt, 2003): os *have-nots* (*excluded* e *expelled*) e os *want-nots* (*resisters* e *rejecters*), numa clara distinção entre os grupos que “não podem/não têm” acesso às tecnologias e os que “não querem” o acesso - uma dicotomia explorada no modelo de análise da investigação. Apesar destas constituírem categorização relativas ao não-uso da tecnologia em geral, tendo em conta as suas

⁴ Conceito cunhado por Wesch (2009), segundo Neves & Rente (2017).

características, estas possuem poder de encaixe segundo os objetivos da investigação para uma categorização grupal relativas ao não uso e abandono de PRS. Ao fazer o levantamento dos grupos de indivíduos que não utilizam a Internet, torna-se mais fácil entender os não-utilizadores desistentes de PRS.

Kaun & Treré (2018) exploram duas categorias do não-uso. A primeira, debruça-se sobre o *não-uso involuntário*, em que os indivíduos querem, por norma, usar uma tecnologia, mas que se deparam com entraves como razões sociais, económicas ou de infraestrutura, sendo excluídos no acesso, numa alusão à exclusão digital. Já a segunda categoria encara a *não-utilização como uma prevenção voluntária ou intencional* à tecnologia, em que a recusa é sinónimo de recuperar o autocontrolo ou como uma forma de ascetismo político contra o domínio abrangente da cultura de rede (Karppi, 2011), uma facção da não-utilização explorada nesta investigação.

No que toca à identificação de grupos, Park, Middleton & Allen (2013) procedem a uma revisão das categorias de não-utilizadores da Internet através de estudos de outros autores (podendo estas ser perfeitamente adaptadas à não-utilização e abandono de PRS): *dropouts* - desistentes (Katz, Rice & Aspden, 2001), *laggards* - resistentes (Goldenberg & Oreg, 2007), *unadopters* - não adotantes (Dailey et al. 2010), *non-users* - não utilizadores (Selwyn, Gorard & Furlong, 2005; Selwyn, 2006), *unengaged/marginalized* - não envolvidos/marginalizados (Longley, Webber & Li 2006), *non-or sporadic users* - não-utilizadores ou utilizadores esporádicos (Brandtzaeg, Heim & Karahasanovic, 2010) e *lapsed users* - utilizadores caducados (Eynon & Geniets, 2012). Satchell & Dourish (2009) identificam, por sua vez, a existência de seis práticas de não-uso da Internet (igualmente adaptáveis para a realidade do não-uso e abandono de PRS): *lagging adoption* (adoção tardia, os que ainda não adotaram), *active resistance* (resistência ativa), *disenchantment* (desencanto pela tecnologia), *disenfranchisement* (privação da tecnologia), *displacement* (deslocamento para outra tecnologia) e *desistest* (desinteresse). Verdegem & Verhoest (2009) desenharam o modelo ASA - *Access, Skills e Attitudes*, no qual a apropriação das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) é determinada pelo acesso, pelas capacidades e pelas atitudes de um indivíduo. Através do modelo, são explorados cinco perfis de não-utilizadores da Internet (que poderão também ser estendidos para o não-uso de PRS): *incapable refusers* (fusão entre a existência de iliteracia digital e falta de interesse), *self-conscious indifferent* (também conhecidos como os *want-nots*, por possuírem acesso e capacidades, mas permanecendo indiferentes), *the willing but incapable* (com um défice de competências e acesso, apesar de aptos), *skilled ITC lovers with limited access* (apenas com questões de falta de acesso) e *price-sensitive pragmatists* (em que os custos para a aquisição de recursos é a principal barreira). A investigação de Baumer et al. (2013), resume as práticas de não-uso do Facebook, distribuindo-se pela: *resistência (resistentes)*, associada ao sentido de rebelião e orgulho de quem nunca possuiu conta; *saída (desistentes)* através da eliminação ou desativação do perfil e a *limitação*, para aqueles que optam por não eliminar ou desativar o perfil, mas que limitam drasticamente as visitas. Neves & Rente (2017), numa abordagem weberiana, exploram a existência de quatro tipos de não utilizadores de PRS junto dos

jovens: *desistentes* (já usaram e tiveram um perfil ativo), *resistentes* (nunca possuíram um perfil em PRS), *utilizadores indiretos* (fazem uso através de perfis de familiares ou amigos) e *potencialmente convertidos* (quando existe possibilidade de inserção ou reinserção nas PRS). Casemajor *et al.* (2015) desenharam, por outro lado, quatro categorias de práticas digitais das quais se destacam para a investigação a *não-participação ativa* (com implicações de resistência que traduzem uma posição politizada do indivíduo) e a *não-participação passiva* (falta de vontade associada a condições económicas, técnicas, físicas ou sociais). À luz dos grupos de não-utilizadores desistentes que fazem parte da amostra da investigação, e explorados nos próximos capítulos, o foco incide na *não-participação ativa*, na qual os indivíduos tendem a utilizar softwares que protegem o anonimato, tais como o motor de busca *Tor*, e a abandonar ou a recusar plataformas ou serviços específicos como o Facebook (*desconexão digital voluntária*), por vezes em benefício de outras plataformas, numa atitude de participação-ativa (apelidado de *exodus* por Casemajor *et al.*, 2015). No caso da existência de motivações incidentais ou impostas, a *não-participação passiva* é a categoria de encaixe (*desconexão digital involuntária*). Através da investigação de Portwood-Stacer (2012), é possível identificar uma série de terminologias utilizadas para nomear os indivíduos que se abstêm de usar o Facebook na literatura: *holdouts* (indivíduos que nunca tiveram uma conta identificativa), *quitters* (os que saíram), *resisters* (os que resistem), *rebels* (os rebeldes), *defectors* (os desertores), *downsizers* (os redutores) e *refuseniks* (os que se recusam). No estudo do Guo *et al.* (2014) os “*abandoners*” do Facebook e do Twitter são definidos como “indivíduos cujas contas estão inativas há seis meses ou mais”, existindo aqui semelhanças com a amostra reunida durante a investigação. Por sua vez, Hesselberth (2017) estabeleceu uma relação direta entre a não-utilização de PRS e grupos sociais específicos com diferentes motivações, de acordo com o objetivo da presente dissertação. A comunidade *Amish* e os *Judeus ortodoxos* (pela dedicação à comunidade e religião) e as *comunidades verdes associadas ao slow movement* (Rauch, 2011) e os *hipsters* (com atitudes de *lifestyle* diferenciadas) são identificados como grupos desconectados voluntariamente da dinâmica de rede, numa tradução de compromisso à autodeterminação às relações sociais da vida real e a outras formas sustentáveis de vivência, algo que será explorado nos pontos 1.1 e 1.2 do Capítulo 3. No que toca aos idosos, Lampe, Vitak & Ellison (2013) considera-os também menos disponíveis para utilizar PRS caso existam níveis consideráveis de capital social⁵. Já no estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais 2016”, a Marktest identifica os indivíduos mais jovens, assim como classes sociais mais baixas como aquelas que apresentam taxas de abandono de PRS superiores à média.

Em termos comportamentais, Ravindran, Kuan & Lian (2014) destacam os três tipos de conduta descontinuada nas PRS (*apud* Zhang *et al.*, 2016): *intervalos curtos*, *atividades de controlo* (como a limitação) e *suspensão de comportamentos* (que representa o comportamento da amostra reunida).

⁵ Termo desenvolvido por Robert Putman. Capital social refere-se a um conjunto de laços e normas de confiança e reciprocidade partilhadas pela comunidade, sendo um termo relacionado a capacidade de socialização dos indivíduos.

Por fim, em 2019, Olphert & Damodaran fazem o levantamento de uma série de palavras-chave e termos relacionáveis com o não-uso e abandono de PRS, entre os quais se encontra: *abandonment* (o abandono), *discontinuation* (a descontinuação), *termination* (o termo ao uso), *giving up* (o desistir do uso), *former user/ex-user* (ex-utilização) e *lapsed* (a utilização caducada).

Tendo em conta todas as categorias de indivíduos associados ao não-uso da tecnologia, da Internet e de PRS na literatura da temática, é possível definir o grupo que será o protagonista da investigação: os *não-utilizadores desistentes*, ou também designados de *former-users* ou *dropouts*.

1.3 Desconexão Digital

Um dos conceitos de maior relevância para a investigação diz respeito à desconexão digital. A desconexão digital para Hesselberth (2017) é, numa primeira análise, uma tendência à retirada voluntária psíquica, socioeconómica e/ou política de formas mediadas de conectividade. A autora sublinha a existência de um paradoxo da (des)conexão, visto que a desconexão não existe sem a conexão. Desconexão digital é ainda vista como “a forma de resistência de media sob condições de reforma neoliberal” (Hesselberth, 2017). Segundo Karppi (2014), a desconexão pode ser encarada como uma ameaça ao envolvimento do usuário (*user engagement*⁶), uma manobra política ou tática contra a cultura de rede dominante (Galloway & Thacker 2007, 135-136; Raley 2009, 25), uma escolha privilegiada de elitismo (Portwood-Stacers 2012) ou um ato de opressão governamental (Howard, Agarwal & Hussain 2011). A desconexão digital, na verdade, não deve ser vista como uma negação da conexão, mas uma remontagem de diferentes tipos de conexões e operacionalidades (Karppi, 2014), que podem ter um papel preponderante na compreensão dos consumos de media de indivíduos em prol da conceção de novas dinâmicas de rede mais inclusivas do ponto de vista da abordagem sociocultural da rede. Para Karppi (2014), a desconexão é uma questão de poder, desafiando os princípios da cultura de rede. Parafraseando o autor (Karppi, 2014), o verbo “desconectar” tem uma infinidade de implicações. Em primeiro lugar, há uma suposição de que outrora existiu uma relação de conexão a alguma coisa, de alguma forma, em algum lugar; é um ato, uma reação (ou resposta) ou uma escolha; por último, está relacionada com uma mudança e uma diferença, ou seja, é um processo de transformação. A desconexão não apaga ou remove, mas muda, altera e transforma, segundo Karppi (2014). Usando as ideias de Galloway & Thacker (2007) Karppi aponta para a necessidade da existência de *táticas de inexistência* – formas de existir na cultura de rede que não possam ser previstas, calculadas ou exploradas, sendo a desconexão digital uma forma de chegar lá. Para Karppi (2011), a desconexão digital representa ainda um grande desafio para a biopolítica destas plataformas sociais e para o sistema capitalista, uma vez que significa o abandono do sistema de controlo comum. Aranda & Baig (2018), por sua vez, analisam as

⁶ O conceito de *engagement* diz respeito ao nível de envolvimento, interação, intimidade e influência que um indivíduo exerce sobre uma determinada marca ao longo do tempo (Haven et al., 2007). No que toca aos ecossistemas digitais, o *engagement* abrange métricas quantitativas relacionadas com o número de ações de um indivíduo numa dada plataforma online e métricas qualitativas que se relacionam com os conceitos de consciência de marca (*brand awareness*) e lealdade (*loyalty*).

quatro condições da desconexão: uma *escolha de lifestyle numa posição de desconexão voluntária de longo termo*; *constrangimentos de infraestrutura numa posição de desconexão de longo termo forçada*; uma *interrupção não planeada numa posição de desconexão forçada num curto período de tempo*; e uma *pausa em que a desconexão é voluntária, mas num curto período de tempo* – um quadro de análise que ajudar a descodificar as condições de desconexão digital da amostra. Sheldon, Abad & Hinsch (2011) sugerem, de acordo com outros autores, que a desconexão digital pode resultar de um uso excessivo das PRS. Dremljuga (2018) sublinha que a desconexão, coincide muitas vezes com eventos ou experiências de vida relevantes, que aprofundam a necessidade ou a oportunidade de reformular a conexão. Mudar de país ou um divórcio podem ser exemplos. Jorge (2019) recorda os três tipos de desconexão digital identificados por Kaun & Treré (2018): a *repressão* (numa desconexão imposta), a *resistência* e os *estilos de vida*. Jorge (2019) acrescenta ainda que para Kaun & Treré (2018) “práticas de desconexão (...) contrariam a temporalidade hegemónica do capitalismo rápido, especialmente conectado à adoção e disseminação massiva de plataformas de redes sociais”. Hardey & Atkinson (2018) definem desconexão digital como uma escolha que privilegia as relações sociais sem a tecnologia (PRS, e-mail, dispositivos móveis e hardware). Estes autores defendem que a desconexão pode traduzir uma estrutura moral com o objetivo de proteger a família ou um ato positivo para o bem da comunidade, destacando ainda que, no passado, a desconexão era vista como “um sintoma de uma economia deficiente, com falta de acesso ou educação”. Por sua vez, Light (2014) sugere a desconexão digital como algo que se faz em conjunto com a conexão. Práticas de desconexão envolvem modos potenciais de *disengagement* com as facilidades conectivas das PRS em relação a uma determinada plataforma, dentro da plataforma, entre plataformas diferentes e em relação ao mundo físico, uma análise que está associada às *geografias de desconexão* - termo preconizado por Light (2014) e que é desenvolvido à luz dos resultados da presente investigação no ponto 1.2. do Capítulo 3.

Kuntsman & Miyake (2015) destacam os termos chave ou as metáforas mais utilizadas para retratar a posição de desconexão digital: *unplugging*, *voluntary simplicity*, *digital detox*, *digital fasting*, *digital dieting*, *neo-luddite*, *refusal*, *retreat from the digital*, *switching off*, *techno-fast*, *withdrawal*, *emotional disengagement* e *disappearing off*. Kuntsman & Miyake (2015) encaram a desconexão digital como um processo de *disengagement* que envolve a decisão consciente de retirada física, emocional, social e assim de certos espaços normativos e formas de socialidade e comportamento. Kaun & Treré (2018) distinguem entre desconexão digital como repressão, como resistência e como desempenho e estilo de vida; repressão como exercida por uma força superior e com um alto nível de coletividade (*e.g.*, o estado); resistência como uma prática de recusa em cumprir com contextos e desenvolvimentos políticos implementados, tanto a nível individual como coletivo (*e.g.*, prática hacker); e por fim, desconexão como desempenho e estilo de vida na medida em que esta é uma posição que traduz formas individualizadas de reestabelecer a divisória entre o mundo físico e o mundo online. De acordo com Hardey & Atkinson (2018), a desconexão digital é a multiplicidade de comportamentos que incluem a resistência à influência transformadora e comercial das TIC, em que os indivíduos optam por vivenciar

as suas relações e experiências de forma mais distante da tecnologia. Por fim, Light & Cassidy (2014) encaram a desconexão digital como um lubrificante socioeconómico, na medida em que proporciona aos indivíduos a oportunidade de “desapago” face às normativas sociais vinculadas pela dinâmicas das PRS.

1.4 Movimentos de rejeição e resistência – Tecnologias, Media e Redes Online

Numa primeira instância, é importante fazer a distinção entre um desistente e um resistente das tecnologias e PRS. Os primeiros, já usaram e possuíram um perfil ativo em PRS, mas desativaram-no (Neves & Rente, 2017) e, durante um período temporário ou permanente, não aderem a este tipo de plataformas. Já os resistentes, são indivíduos que nunca usaram PRS, nem consideram o uso destes serviços (Neves & Rente, 2017) a curto prazo. Contudo, é importante destacar que o abandono de PRS está ligado à resistência e rejeição destas plataformas. De acordo com as literaturas da temática, “a resistência [às diversas formas de media] é vista como uma forma de pânico, uma reação irracional causada por tecnofobia, medo, histeria ou marginalização social (Syvertsen, 2017). A premissa subjacente é frequentemente usada para referir que aqueles que resistem são *moralistas* (sujeitos a “pânicos” morais irracionais), *luddites*⁷ (contra a tecnologia e o progresso), *laggards* (marginalizados e adotantes tardios) ou *pessimistas culturais* (céticos em relação à cultura popular e à vida moderna).” (Syvertsen, 2017). Tendo em conta este pressuposto, Wyatt (2003) ressalta que “O uso das tecnologias de informação e comunicação (ou outra tecnologia) por indivíduos, organizações, e nações é tomado como a norma, e o não-uso é percebido como um sinal de deficiência a ser remediado ou como uma necessidade a ser preenchida”, uma vez que, por norma, a *episteme* da rede reforça uma narrativa em que a participação é produtiva, enquanto a não participação é destrutiva (Mejias, 2013).

Portwood-Stacer (2012), numa abordagem macro, utiliza o conceito de *media refusal* associado ao Facebook como uma forma de “*conspicuous non-consumption*” - uma “alternativa ao conceito sociológico de “consumo conspícuo” em que pessoas abonadas usam bens de luxo para sinalizar quem são” (Karlsen & Syvertsen, 2016). Neste estudo, observa-se o empoderamento dos discursos de *media resistance* e da *abstenção* ao Facebook como “Um modo performativo de resistência, que deve ser entendido no contexto de uma cultura neoliberal do consumidor, na qual os sujeitos têm poderes para agir por meio de escolhas de consumo - ou, neste caso, opções de não consumo - e pela exibição pública dessas opções” (Portwood-Stacer, 2012). *Media refusal* abrange a rejeição e a resistência (ativa e consciente) a formas particulares de media num dispositivo, numa plataforma ou por uma marca (Portwood-Stacer, 2012). Para Bauer (1995), “Um motivo claro e um propósito consciente de desafiar um projeto de maneiras inesperadas definem um ato de resistência. Por sua vez, resistência proposital

⁷ Os *Luddites* eram trabalhadores têxteis britânicos que protestaram na fase inicial da Revolução Industrial contra os processos de automatização e modernização do setor. Embora o protesto tenha sido mais complexo, o rótulo é usado para caracterizar qualquer resistência à mudança (Syvertsen, 2017).

significa que a ação é voluntária e planeada e que algumas consequências, positivas ou negativas, prováveis ou improváveis, são levadas em consideração”. Citado por Hesselberth (2017), é também importante frisar as dinâmicas de “*microresistências*” de Ribak & Rosenthal (2015), que englobam ações como a filtragem de conteúdo, implementação de tempo limite de ecrã e a própria rejeição às PRS como o Facebook – igualmente enquadradas no discurso neoliberal capitalista. Todavia, de acordo com Portwood-Stacer (2012), nem todas as formas de não-uso podem ser consideradas *media refusal*, uma vez que tem de existir um “tipo de rejeição consciente que envolve o reconhecimento de que o não uso significa algo social ou politicamente significativo sobre o não usuário”, sendo que essa distinção será esmiuçada no ponto 1.2 do Capítulo 4.

Nas formulações de Syvertsen (2017), *resistência aos media* descreve uma recusa em aceitar a maneira como os media operam e evoluem. Embora resistência e crítica andem de mãos dadas, a resistência aos media implica mais do que uma crítica aos media; é um argumento que liga a existência e as funções dos media na sociedade aos males sociais e às mudanças sociais, para o pior e, como tal, um imperativo para a mudança associada a grupos de *sceptics* (céticos), *protesters* (protestantes), *abstainers* (abstémicos) e *critics* (críticos). Para Syvertsen (2017), a resistência pode englobar os valores, mas também aspetos diferentes dos media, tecnologia, estrutura, conteúdo e funções. De acordo com Woodstock (2014), *media resisters* são “Indivíduos que intencionalmente e significativamente limitam o uso dos media e que estão fora do alcance da pesquisa em comunicação”, com o objetivo de autorregular as suas práticas digitais. O conceito de *autorregulação*, por sua vez, surge como um conjunto de estratégias através das quais cada vez mais os usuários visam regular o seu próprio consumo face aos media (Karlsen & Syvertsen, 2016). Um dos pilares basilares da *autorregulação* é a *domesticação reversa* (Karlsen & Syvertsen, 2016), um termo cuja sua aplicação consiste na retirada, na redução ou do distanciamento dos consumos de media digitais, ao invés da aceitação e incorporação destes na vida quotidiana dos indivíduos. Karlsen & Syvertsen (2016) encaram este fenómeno como formas de *desintoxicação (detox)* e de *jejum de media (media fasting)*. Por sua vez, *social media pushback* (Foot, 2014), está também associada ao movimento crítico face ao “empurrão” social que arrastou os indivíduos para as PRS entre 2009 e 2011 (associado a preocupações em torno do trabalho, da política e de questões pessoais e relacionais) que enalteceu a necessidade de reduzir a dependência em relação a estas plataformas. Associado aos movimentos de resistência e recusa de PRS (como o Facebook), é feito o levantamento das práticas de Rauch (2011) (*apud* Woodstock, 2014) como o *slow media*, *media Sabbaths*, *media detox*, *media fasting* ou *unplugging*, encarados como *movimentos subculturais* associadas ao abandono de PRS. Referenciado por Karppi (2011), o *Facebook Suicide Bomb Manifesto* (de Sean Dockray) é um exemplo de *slow media*, vista como “uma forma de ascetismo politizado contra a cultura de rede envolvente e consumidora, permeada por diferentes formas de capitalismo”. É também Karppi (2011) o precursor do movimento *digital suicide*, um ato deliberado e

suportado por dois softwares⁸ (*Seppukoo.com* e *Web 2.0 Suicidemachine*) criados em 2009, com o objetivo de fazer frente à biopolítica de Michel Foucault⁹ presente no Facebook – que nas palavras de Galloway & Thacker (2007) “é pelo menos parcialmente criada por (novas) tecnologias através das quais as populações são governadas e organizadas”, e na qual os dados do usuário são a base. Por outro lado, a negação da biopolítica hegemônica de plataformas como o Facebook pode ser traduzida pelo conceito de *tactical media*, no qual movimentos de *hacktivismo*, *ataques de negação do serviço* e *atos de engenharia reversa* constituem formas de resistência ativa de media.

Na visão de Mejias (2013), movimentos como o *Quit Facebook Day*¹⁰ são “uma expressão, de raiva contra as políticas de privacidade da empresa para alguns” e o espelho para “a desilusão com a vida virtual para outros” numa clara mensagem que defende que “o Facebook não respeita o indivíduo, os seus dados pessoais ou o futuro da web”. Hesselberth (2017), na sua revisão pelos movimentos e formas de rejeição de PRS online, destaca ainda a existência de aplicações que facilitam o processo, vídeos, tags e eventos como o *Sabbath Manifesto*, *#facebooksucks* e o *National Day for Unplugging*.

Perante o fenómeno da não utilização do Facebook, é possível ainda relacionar o conceito de *digital disobedience* - termo explorado por Harcourt (2015) como forma de resistência e combate à exposição digital excessiva dos dias de hoje na tirania da “*expository society*” (“sociedade expositiva”). Em muitos casos, as normas e as regras associadas à era digital podem “(...) privar criticamente o indivíduo da oportunidade de expressar genuinamente o eu autêntico, onde o indivíduo pode perder a própria conceção de vida boa.” (Lee, 2016). Como forma de combater a influência hegemônica das PRS, o processo de *desmapeamento da rede* (*network unmapping*) referenciado por Hesselberth (2017) é alusivo ao processo que cria momentos de *dis-identification* (Mejias, 2013) ou *desobediência* (Harcourt, 2015) face aos nós e link dominantes na rede e que mais uma vez vão ao encontro do não-consumo explorado na pesquisa.

Para Casemajor *et al.* (2015), a definição de *não-participação* “abrange práticas coletivas e individuais que visam romper ou subtrair condições que permitam que certas formas de participação digital sejam exploradas. No entanto, embora algumas práticas de não-participação possam ser caracterizadas como ação política, outras podem incluir comportamentos baseados em decisões contingentes, incidentais ou impostas ou razões”. Os autores encaram ainda não-participação digital como forma de ação política mediada, e não como mera passividade que pode conduzir os indivíduos e a sociedade a “possibilidades de mudanças de poder, resistência a estruturas políticas dominantes e à emancipação” (Casemajor *et al.*, 2015).

Bauer (1995) associava já novos movimentos sociais radicais, feministas, ambientalistas e movimentos de direitos dos animais, à resistência às novas tecnologias com uma missão cultural, onde

⁸ Atualmente, apenas está em funcionamento o endereço “Suicidemachine.org”.

⁹ Desenvolvida nas suas palestras no Collège de France entre 1975-76.

¹⁰ Movimento iniciado em 2010 contra a política de privacidade do Facebook e que levou milhares de indivíduos a fecharem as suas contas em forma de protesto.

grupos religiosos tinham também um papel ativo na reflexão sobre a moralidade e a regulamentação da biotecnologia. Na mesma medida, Kepplinger (1988) (*apud* Bauer, 1995) dá o exemplo da geração pós-1968, constituída por como editores políticos e criadores de agendas na imprensa alemã, considerada a "*elite reflexiva*" e lembrada por influenciar negativamente a opinião pública sobre a tecnologia.

1.5 Melhorias nas Plataformas de Redes Sociais

A segurança e a privacidade são os dois dos pilares da utilização das PRS para a maioria dos indivíduos, colocando (a falta deles) muitas vezes em causa uma utilização fluida destas plataformas. Tendo em conta a análise de Brandtzaeg, Heim & Karahasanovic (2010), que olham para as questões de falta de privacidade como uma oponente clara à partilha de conteúdo e da sociabilidade online, são propostos princípios do design que contribuem para uma maior confiança por parte dos utilizadores. Entre eles estão uma maior atenção para o *design direcionado para a privacidade* nestas redes, onde deve existir mais clareza e explicação no que toca às configurações de segurança, especialmente para os mais velhos; estes autores frisam também o *design de restrições de amigos*, aconselhando as plataformas a deixarem de sugerir amizades, que por sua vez podem comprometer a privacidade dos usuários; o *design adaptado a vários círculos sociais e formas de capital social* é outro dos princípios recomendados, assentando na necessidade destas plataformas compreenderem que existem vários níveis de amizade, de privacidade e utilizadores, pelo que devem existir ferramentas simples para diferentes configurações estruturais que permitam criar diferentes relacionamentos em rede ou níveis de confidencialidade; o *design para o controlo sobre a partilha de conteúdo* é outro princípio recomendado às plataformas digitais, permitindo ao usuário perceber facilmente com quem está a partilhar o conteúdo (o que por sua vez já existe em PRS como o Facebook, o Twitter e o Instagram); por fim, os autores sugerem que se façam *configurações de padrão restritivas* para menores e para seniores, evitando a alteração de um perfil privado para um perfil público, por exemplo. Em termos de privacidade, Guo *et al.* (2012) sublinham a necessidade de *penalização na utilização ilegal e antiética respeitante ao tratamento dos dados dos utilizadores por parte de terceiros* e uma maior proteção; uma *lista negra de usuários, relatórios de assédio* e as *restrições de postagens como medida punitiva* são as medidas sugeridas para proteger a privacidade dos utilizadores. Mais tarde, em 2014, com base no feedback da amostra, Guo *et al.* fazem o levantamento do tipo de funcionalidades que atrairiam os indivíduos a usar ou a voltar a usar o Facebook e o Twitter. A existência de uma *função de controle de privacidade sobre quem pode adicionar/seguir*, uma *função de filtragem que permite escolher quem pode ver o conteúdo* e as *conversas em grupo* eram consideradas funcionalidades de retenção no Twitter na altura. Já o Facebook teria de ter *menos anúncios*, sendo que por outro lado, são os *grupos de conversa privados* e os *tags e identificações em posts/fotos/vídeos* que mais atraem os utilizadores e *leads* (potenciais utilizadores). Por fim, Guo *et al.* (2014) destacam a importância de ferramentas de privacidade com base noutras plataformas, fáceis de usar e com a capacidade de personalização, apelando ainda à sensatez dos profissionais de marketing em “considerar as diferenças culturais dos diferentes mercados em que

desejam penetrar ao planear (...)". Luo, Xie & Hengartner, (2009) por sua vez, propuseram a *criptografia das informações dos usuários* antes de serem expostas na rede, o que seria um limite à captação de dados por terceiros e pelas próprias plataformas tecnológicas. A amostra de Baker & White (2011) propõe a existência de mecanismos disponíveis para garantir a cibersegurança dos usuários, como por exemplo *programas que monitorizam e agem na sequência de denúncias*. Para Hayes (2014) a interface do usuário nas PRS necessita de ser *mais simples, navegável e menos comercial*.

Em termos de acessibilidade e usabilidade, Williams & Henning (2015) investigaram formas de otimizar o design de sites e plataformas para indivíduos com necessidades especiais, no qual sugerem a inclusão de *menus horizontais, a justaposição de texto e imagens e a redução do texto*, sendo estas sugestões adaptáveis para PRS. Nesta matéria, Guimarães & Sousa (2015) propõem a navegação nas PRS através de softwares de *leitores de ecrã*, essenciais na interpretação do conteúdo para os indivíduos com necessidades especiais (algo já em vigor). Para além disto, alertam para os malefícios do uso de imagens sem meta descrição, que impossibilitam a leitura destes softwares. Também Morcelli & Seabra (2014) utilizam as ideias de Gasparetto *et al.* (2012) para destacar a importância dos softwares *leitores de ecrã* e dos *sintetizadores de voz* em PRS, tais como o Dosvox, Virtual Vision e o Jaws. Arce *et al.* (2018) frisam, por sua vez, a função *text to speech* como algo essencial para a utilização de PRS por parte de indivíduos com necessidades especiais.

No que toca a outro tipo de funcionalidades, Zhang *et al.* (2016) propõem que os provedores de PRS possam oferecer melhores *ferramentas de gestão ou filtragem de conteúdo* para reduzir a complexidade das plataformas e ajudar os usuários a gerir relacionamentos e solicitações sociais. Oferecem também um especial alerta para os efeitos negativos da sobrecarga de informações, sugerindo *resumos das publicações* ou a *categorização do conteúdo* de acordo com o nível de interesse dos usuários. Também Zhao *et al.* (2013) atentam para o dever das PRS em permitir que os usuários possam *excluir conteúdo* que não desejam ler facilmente. Por outro lado, salientam que *mais autonomia* deve ser fornecida aos usuários no que respeita às configurações personalizadas. Recentemente, Chatzakou *et al.* (2019) abrem caminho para a importância dos recursos lexicais que dependem de *dicionários de palavras ofensivas* e relacionadas com o usuário para evitar as agressões verbais. Em maio de 2020, em entrevista ao *Shifter*, Jonas Staal (artista) e Jan Fermon (advogado) apresentaram o *Collectivize Facebook*, um projeto legal que expõe as violações de direitos por parte da empresa, no qual propõem a sua coletivização com o objetivo de “desafiar formas dominantes de propriedade (...) tornando-o numa cooperativa transnacional”. Jan, atenta ainda para um Facebook “em que dados deixam de ser armazenados, a informação passa a ser encriptada para impedir estruturalmente a vigilância estatal ou corporativa, a publicidade banida e os algoritmos¹¹ compostos pelos utilizadores”, propostas utópicas,

¹¹ Para Konrath (2012) algoritmo tem como base o comportamento anterior do usuário, filtrando os resultados para que seja mais provável que os utilizadores possam visualizar a informação mais adequada, de acordo com as suas preferências.

mas que vão ao encontro das fragilidades das PRS identificadas anteriormente e debatidas no ponto 1.1 do Capítulo 3.

Uma vez que esta é uma área de reflexão relativamente recente, a existência de estudos relacionados com a design da dinâmica das plataformas de redes sociais com base no feedback dos utilizadores e ex-utilizadores é limitada, sendo que muitas das propostas assentam num grau de especificidade baixo ou na sugestão de medidas, configurações e funcionalidades que já estão operacionais.

CAPÍTULO II. METODOLOGIA

1.1 Questões de Investigação

A investigação foi desenhada e conduzida com o objetivo de responder às seguintes questões:

QI1: Quem são os indivíduos que abandonam as plataformas de redes sociais em Portugal, e quais as suas motivações?

QI2: Sendo estes indivíduos detentores de uma literacia digital mínima relevante e comprovada, as motivações são orientadas por livre arbítrio ou por imposição?

QI3: É possível agrupar estes indivíduos do ponto de vista sociocultural?

QI4: Quais os hábitos de consumo digital da amostra?

QI5: Que mudanças na dinâmica das plataformas de redes sociais levariam estes indivíduos a serem reincidentes?

Todas as questões foram respondidas ao longo da investigação.

1.2 Objetivos

A dissertação foi desenvolvida com o vislumbre de alcançar os seguintes objetivos: fazer o levantamento das motivações que estão na origem da decisão de abandonar (desativação ou eliminação de perfis) as plataformas de redes sociais digitais por parte da amostra; relacionar as motivações para o abandono da amostra com a existência de grupos de indivíduos que desistiram das redes sociais digitais em Portugal, procedendo a uma breve análise dos seus perfis e dividindo-os em dois grupos: indivíduos numa posição de desconexão digital voluntária e indivíduos numa posição de desconexão digital involuntária, medindo também em que medida esta decisão traduz um desconexão digital permanente ou temporária; analisar e traçar os hábitos de consumo digital da amostra, oferecendo assim um maior conhecimento destes indivíduos, na maioria das vezes à margem dos holofotes da investigação académica; e contribuir para o desenvolvimento e melhoria da dinâmica e desenho das plataformas de redes sociais de acordo com o feedback dos desistentes, procurando compreender também o que levaria estes indivíduos a reincidirem nestas plataformas, tanto do ponto de vista pessoal, como das funcionalidades de rede.

1.3 Métodos, Técnicas e Processo

Esta dissertação assenta numa abordagem metodológica maioritariamente qualitativa, em que a realização de inquéritos por entrevista do tipo semiestruturada se assumiu como o principal instrumento de recolha de informação. Dada a escala reduzida da amostra, foi necessário adotar um instrumento que garantisse a proximidade entre a investigadora e os participantes, e que permitisse a captação de detalhes formais ou informais (tais como o tipo de linguagem corporal e a comunicação não-verbal), o que não seria possível com a administração única de um inquérito por questionário como instrumento principal, com o qual se ganharia em amplitude, mas que seria uma desvantagem em termos de acompanhamento da amostra de um tema singular. O processo metodológico foi repartido em quatro fases: 1) Numa fase inicial, foram realizadas entrevistas exploratórias com cinco indivíduos (dois do sexo masculino e três do sexo feminino), com o seu consentimento, que permitiram testar, adaptar e reformular questões até à aplicação de um guião de entrevista final. Foram realizadas sete perguntas com o objetivo de medir a orientação da investigação e validar caminhos primários à investigação (anexo A). A investigadora ponderou a possibilidade de incluir os indivíduos que nunca possuíram conta em PRS (resistentes), o que acabou por não avançar, uma vez que, sendo a apresentação de estratégias de retenção nas PRS como base no feedback da amostra um dos objetivos da investigação, a inclusão destes testemunhos não seria sinónimo de um contributo real e pertinente, visto que o *know-how* da utilização ser praticamente inexistente em comparação com os *dropouts* (desistentes). Para além destas conversas de cariz mais informal, a investigadora teve oportunidade de colocar questões relacionadas à Psicologia Social do fenómeno de abandono a uma investigadora especialista da temática, o que permitiu desenvolver e afunilar a moldagem e construção da problemática; 2) Depois de identificada a “Perceção do fenómeno” como um dos subtemas mais relevantes e interessantes da análise, ficou claro que a correta abordagem passaria pela aplicação de um inquérito por questionário que quebraria a unilateralidade do estudo e que teria um papel “2 em 1”, ou seja, para além de permitir o levantamento de dados sobre a perceção dos utilizadores de PRS (apenas para enriquecer um capítulo), foi também o veículo encontrado para o recrutamento de possíveis entrevistados, numa tentativa de amostragem por *snowballing*. Neste caso, e numa pergunta inicial, caso o inquirido revelasse não possuir conta ativa em PRS, caso estivesse disponível e o consentisse, seria possível partilhar um endereço de e-mail com a investigadora, que entraria em contacto *à posteriori* para explicar o processo e o tipo de contributo para a investigação. Com este processo, 15 indivíduos disponibilizaram-se a participar no inquérito por entrevista, contudo, e tendo um conta o critério para a definição de *desconectado* neste estudo, apenas se avançou com a participação de seis indivíduos; 3) Após a finalização do guião de entrevista e da angariação do número de entrevistados considerado suficiente, foram realizadas 20 entrevistas de variação semiestruturada ao universo criado. No final, o indivíduo foi categorizado como estando numa posição de desconexão digital voluntária ou desconexão digital não-voluntária. 4) Por fim, o desenho metodológico ficou completo com a análise de dados, onde foram aplicadas duas técnicas de análise, respondendo às

necessidades tanto do instrumento qualitativo, como do instrumento complementar quantitativo (anexo B).

1.4 Descrição da Amostra

Para assegurar a continuidade do estudo, e devido à dificuldade em recrutar indivíduos para a participação no inquérito por entrevista, foi adotada uma amostra de conveniência com recurso a uma estratégia de *snowball* e *networking*. Para uma descrição correta e objetiva, este subtema procura fazer a distinção entre a amostra do instrumento quantitativo (inquérito) e a amostra do instrumento qualitativo (entrevistas). No inquérito, as 162 respostas válidas distribuíram-se entre 64,2% de indivíduos do sexo feminino e por 35,8% de indivíduos do sexo masculino. Perante diferentes faixas etárias, a maior parte dos inquiridos encontra-se entre os 20-30 anos (32,1%), seguido dos indivíduos entre os 40-50 anos (24,8%), 30-40 anos (22%), mais de 50 anos (12,8%), em que a menor percentagem reteve as respostas dos indivíduos entre os 15-20 anos (8,3%). Nas entrevistas, 14 indivíduos correspondiam ao sexo feminino, enquanto que apenas 6 eram do sexo masculino. O espectro de idades dos indivíduos que saíram de PRS varia entre os 17 anos e os 65 anos. Para uma observação mais completa das restantes variáveis, foi desenhado um quadro identificativo da amostra (anexo D).

1.5 Modelo de Análise

O modelo de análise aplicado ao estudo foi retratado pela investigadora através de um *frame* teórico que representa a dicotomia entre a desconexão digital voluntária e a desconexão digital não-voluntária, com as respetivas categorias sociais grupais e características (anexo E). Não foram incluídas hipóteses de investigação uma vez que, usada uma amostra por conveniência, os resultados extraídos não poderão ser considerados representativos ou generalizados à restante população, mas somente analisados à luz do presente contexto de investigação.

CAPÍTULO 3. ANÁLISE DE RESULTADOS

1.1 Motivações para o abandono das Redes Sociais Digitais

Como resultado da análise temática às 20 entrevistas, foram identificados sete tipos de motivações¹² para o abandono de PRS:

1. Privacidade, Exposição e Segurança: Questões de privacidade, exposição excessiva e segurança online constituem alguns dos maiores constrangimentos para os entrevistados. Todos os indivíduos revelaram sentir-se vulneráveis e desconfortáveis com o facto de não saberem “quem pode estar

¹² É de salientar que, a maioria dos estudos procede ao levantamento das motivações de não-uso relativas a apenas uma PRS. Neste caso, as motivações são generalizadas às plataformas abandonadas perante o critério para definição de desconectado, não tendo sido encontradas diferenças significativas entre as motivações para o sexo feminino e para o sexo masculino.

realmente a ver, o que podem fazer com as informações e as respetivas intenções”, nas palavras de Ana¹³, ou seja, com a *impossibilidade de controlarem a audiência*; a *facilidade de manipulação dos contextos* em prejuízo do indivíduo revelou ser outra das preocupações da amostra numa época em que através de programas de imagem, “é possível destruir a vida a alguém”, constatou Flávia. Explorando a obra de Nissenbaum (2011), Ferreira (2018) explica que este fenómeno (o colapso do contexto em PRS) ocorre “na medida em que a Internet está profundamente incorporada na vida social, [e] as especificações contextuais do quotidiano tornam-se extensões de atividades online que lhes correspondem, e vice-versa”; também a *descrença na fiabilidade nas PRS* e suas respetivas políticas foi identificada como sentimento desencadeado durante a utilização destes indivíduos, em que as experiências partilhadas com amigos eram sinónimo de desconforto. Pedro admitiu o incómodo “Sempre tive cuidado com a privacidade nos meus perfis porque considero-me uma pessoa informada, mas tinha amigos que teimavam em identificar-me ou em marcar a localização de fotografias nas suas páginas e, nesse caso, não ia ultrapassar a barreira da sua livre vontade de publicar um conteúdo e acabava por não me pronunciar”, traduzindo isto uma atitude de resignação para evitar um eventual confronto com os mais próximos; O *modelo de negócio das PRS*, com base na venda de dados a terceiros, é outro fator de agitação entre os entrevistados “Muita gente não faz ideia de como estas empresas ganham dinheiro, o que é muito problemático e perigoso” segundo Raquel, que labora na área da informática. Tal como é explicado por Mejias (2013) a economia dos media sociais assenta numa máxima simples: “se não está a pagar pelo serviço, você não é o cliente. Você é o produto que está a ser vendido”, um alerta que pode servir para os utilizadores mais desatentos. O *escândalo de dados* do Facebook associado à consultora britânica Cambridge Analytica, tal como o caso *WikiLeaks* foram dois marcos referenciados pelos entrevistados como acontecimentos¹⁴ que tiveram impacto a médio prazo nas suas decisões de abandonar PRS, em especial o Facebook. Na sequência disto, a *mineração de dados* sobre relacionamentos ou interesses, também conhecida como *phishing* (Debatin *et al.*, 2009), faz também parte das preocupações da amostra; alguns indivíduos fizeram referência à questão da *vigilância permanente e da monitorização* que as PRS desencadeiam sobre os indivíduos, indo isto ao encontro da teoria do Panóptico, desenvolvida por Jeremy Bentham (1785) e mais tarde aplicada ao paradigma digital, na qual o uso das tecnologias adquire um carácter de vigilância para rastrear a atividade humana (Mayer-Schönberger, 2009).

¹³ Os nomes atribuídos aos entrevistados são de carácter meramente fictício.

¹⁴ *WikiLeaks* é uma plataforma sem fins lucrativos da responsabilidade do jornalista Julian Assange iniciada 2006 e que tem vindo a partilhar documentos secretos do governo americano. Mais recentemente, em 2013, foi Edward Snowden que deu continuidade ao legado dos escândalos sobre privacidade, revelando ao mundo que a Internet, os seus serviços e os dispositivos móveis utilizados no dia-a-dia rastreiam e monitorização a atividade dos cidadãos - escândalo que teve como base a divulgação de documentos da Agência Nacional de Segurança norte-americana, na qual Snowden trabalhava; No caso *Cambridge Analytica*, o Facebook revelou que foram partilhados os dados de 87 milhões de utilizadores com a consultora britânica com o objetivo de influenciar os eleitores e cidadãos nos processos de eleição de várias países. Tanto a eleição de Donald Trump nas Presidenciais norte-americanas de 2016 ou referendo para o Brexit foram dois eventos de magnitude global condicionados por este “esquema”.

2. *Bem-estar psicológico e autoestima*: A *fadiga da rede*, a *ansiedade* e o *stress* foram três indicadores frisados por parte da amostra e que compõem o plano das motivações relacionadas com o bem-estar psicológico e com a autoestima. O abandono de PRS é visto como “uma estratégia de enfrentamento dos utilizadores” em relação ao stress, esgotamento e à sobrecarga social e emocional das PRS (Maier *et al.*, 2015, *apud* Baldi *et al.*, 2018) que pode desencadear *technostress* (algo que se verificou com metade da amostra). Ragu-Nathan (2008) define *technostress* como “A experiência de stress de um utilizador ao usar determinada tecnologia”. A constante *disponibilidade para as conexões na rede* e a *pressão para a produção e atualização de conteúdo* foram dois testemunhos justificativos do stress e sobrecarga dos utilizadores, que se acabavam por preocupar demasiado e a ficarem ansiosos. Indo ao encontro disto, Maier *et al.* (2014) sublinham que o cuidado com o bem-estar dos amigos na rede, a preocupação com os seus problemas, o sentimento de responsabilidade pela diversão das conexões (em 2014, LaRose *et al.* propõe a noção de *connection overload* *apud* Zhang *et al.* (2016), como explicativa destes fenómenos) e a importância excessiva dada às publicações foram motivos levantados no seu estudo, sendo a *fadiga de rede social* (Ravindran, Kuan & Lian, 2014), considerada uma ramificação específica do *technostress*, a responsável. Apenas 4 entrevistados tocaram na questão da dependência face às PRS, na qual a “dependência das reações dos amigos e comentários alheios” (Maier *et al.*, 2014) foram motivos apontadas para a saída, sendo indícios de um comportamento de *vício digital*, definido pela *American Society for Addiction Medicine* e pela *American Psychiatric Association* (segundo Baldi *et al.*, 2018) como “uma doença crónica primária de recompensa cerebral, motivação, memória e circuitos relacionados”, que pode ser equiparada à estimulação provocada pelas drogas opiáceas. Luqman *et al.* (2017) afirmam que o comportamento de uso excessivo pelos utilizadores, é, no futuro, precursor do ato de desligar do Facebook, algo que, perante este universo, se verificou noutras PRS; O sentimento de *vigilância social*, desenvolvido pelo uso das PRS, foi identificado como a causa pelos problemas de sono de alguns entrevistados. Ora, é sabido que a luz dos dispositivos móveis como tablets, computadores e smartphones afeta negativamente o ritmo circadiano dos indivíduos, interferindo negativamente no sono e conseqüentemente no funcionamento do corpo, podendo levar ao desenvolvimento de múltiplas doenças e distúrbios. A *fuga à cultura do everywhere/everytime* (Baldi *et al.*, 2018) e ao *FOMO* fazem também parte das razões da amostra, que se vê agora mais protegida contra a permeabilidade de sentimentos e emoções que são retratados nas PRS. O contágio de emoções dentro de PRS é uma realidade comprovada por Kramer, Guillory & Hancock (2014), que observam num estudo de escala massiva no Facebook, que estados de felicidade ou depressão podem ser transferidos nestes ecossistemas, influenciando as emoções dos usuários. Nesta sequência, Franks, Chenhall & Keogh (2018), destacam no seu estudo, um clima de ciúme e negatividade desencadeados nos usuários pelas publicações extremamente positivas. No fundo, ao abandonarem as PRS que mais desconforto lhes causa, os indivíduos revelam uma sensação de ataraxia (Odell, 2019) – uma forma de felicidade vista como a “ausência de problemas”, conceito explorado por Epicuro (filósofo grego do século IV).

3. *Tipo de conteúdos: A superficialidade das relações, o egocentrismo, a vaidade, a despersonalização dos discursos, a inautenticidade visual dos conteúdos, a cultivação de estereótipos, as falhas do algoritmo, a “chuva” de influencers, as fake news e o voyeurismo* fazem parte do leque de frustrações da amostra, e que resultaram na saída de várias plataformas, em que o crescente clima do *individualismo em rede* de Wellman (2002) parece caracterizar a tipologia de conteúdos difundidos e o comportamento dos usuário. O *algoritmo* foi referenciado como causa de uma “obrigatoriedade de consumir conteúdos pouco adaptados ao usuário”, segundo o testemunho de Sara. O abandono acaba por ser uma forma de proteção sobre o facto das PRS terem o poder de moldar as nossas perceções da realidade social (Mejias, 2013). Noutra perspetiva, Soraia revelou-se revoltosa contra a *cultura das aparências* levada ao extremo nas PRS “As redes sociais são só aparências. As pessoas precisam de saber que os outros sabem para se sentirem poderosas e realizadas (...)”. Na sequência deste testemunho, Ferreira (2018) atenta para o modelo dramaturgico de Erving Goffman para explicar a *performance* do “eu” nas PRS. Fala ainda da gestão das impressões (*impression management*), uma realidade intrínseca destas plataformas. É então percebido que, para indivíduos descontentes com o tipo de conteúdo das PRS “a performatividade da interação online é inerentemente falsa, com construções do eu que carecem de autenticidade” (Woodstock, 2014). Para além disto, a dinâmica das PRS faz com que os indivíduos *equacionem os seus atos e atividades enquanto conteúdo*, ou seja, nas palavras de Mauro “as pessoas já não conseguem contemplar os momentos do aqui e agora. Em vez disso, preferem registar tudo em fotografias para garantirem material para os perfis”. Afinal, a rede digital “significa a estetização do social, um meio para as massas contemplarem uma simulação de si mesmas e de se expressarem através dessa simulação” (Mejias, 2013). Conteúdo relacionado com o *culto da imagem* nas PRS é identificado pelos entrevistados, especialmente do sexo feminino, como um fator que contribui negativamente para o seu bem-estar psíquico e autoestima. Perante esta motivação existe uma propensão para a rejeição da “cultura do filtro” perpetuada em especial na dinâmica visual do Instagram e anteriormente pelo Snapchat. Recentemente, o site *The New Yorker* abordou o fenómeno intitulado como “*Instagram Face*”, estabelecendo uma relação entre a forma como as PRS desencadearam uma tendência de cirurgias plásticas que replicam um “*cyborgian look*”, influenciado pelas celebridades de Hollywood. Queiroz, (2016) numa resenha ao livro de Crary (2014), fala do *blockbuster hollywoodiano* associado a “objetos e mercadorias específicas”, que neste caso inundam as PRS diariamente, o que contribuiu para uma neutralização do comportamento e consumo dos indivíduos, o que pode explicar o testemunho de Adriana “Sentia que tinha de fazer o que os outros faziam, ir onde os outros iam e tinha de ter uma imagem semelhante à dos outros”. No contexto informativo, as *fake news* e a cultura da pós-verdade, fomentada pelas PRS é algo que preocupa os entrevistados. Na língua portuguesa, o termo “pós-verdade” é usado para descrever um “conjunto de circunstâncias ou contexto em que é atribuída grande importância, sobretudo social, política e jornalista, a notícias falsas ou versões verosímeis dos factos, com apelo às emoções e às crenças pessoais, em detrimento de factos apurados ou da verdade objetiva”. É de recordar que, segundo o Digital News Report 2019, 55% da amostra em 38 países se assume

preocupada com a sua capacidade de distinguir entre aquilo que é ou não verdade na Internet, uma preocupação também relatada pelos entrevistados, que admitem a gravidade da difusão de discursos e conteúdos populistas através das PRS.

4. *Estilo de vida*: Através do abandono de PRS motivado pela aposta em estilos de vida alternativos, Diogo procura “maximizar a relação com o mundo físico e lutar contra um paradigma tecnocrático”. Hakansso & Sengers (2013) apelida estes indivíduos de *simple livers*, em que, indo ao encontro das palavras de Diogo, o objetivo passa por criar um estilo de vida e uma identidade menos centrada nos media e mais fundamentada na vida real (Karlsen & Syvertsen, 2016), onde o “*solucionismo digital*” (Morozov, 2013 *apud* Kuntsman & Miyake, 2015) é desconsiderado. Zanella (2014) explora a versão cínica ou negativa do cosmopolitismo apresentada pelo filósofo Diógenes de Sinope e que defendia o desapego dos bens materiais e convenções sociais em prol de uma vida em sintonia com a natureza, numa crítica às instituições dominantes. No contexto de investigação, pode levantar-se a questão de até que ponto estes não-utilizadores desistentes, motivados por estilos de vida alternativos, podem ser os “*cínicos da modernidade*”¹⁵. Kuntsman & Miyake (2015) associam a resistência quotidiana dos *refuseniks*, ambientalistas, membros do movimento voluntário da simplicidade ou até de jornalistas e *bloggers* ao *disengagement* digital nas PRS, algo explorado no próximo ponto.

5. *Acessibilidade, Usabilidade e UX (User Experience)*: As *falhas e a inoperacionalidade dos sistemas de acessibilidade para invisuais e indivíduos com deficiência auditiva*, as *atualizações constantes que afetam a usabilidade* e a *UX* são apontadas como motivos para o abandono de PRS. Enquanto a usabilidade está direcionada para as expectativas e para a capacidade do usuário em entender e perceber as estratégias de utilização do *software*, a acessibilidade está voltada para as condições de uso, como o usuário se apresenta frente às interfaces interativas e como essa troca deve acontecer, e, principalmente, como se dará o acesso do usuário às informações disponíveis, ou seja, ser acessível é permitir o uso (Passerino & Montardo, 2007). Bassani *et al.* (2010) *apud* Bonito (2015) explica que a UX é “considerada a habilidade do usuário em usar o produto ou sistema para realizar a tarefa com sucesso; envolve a interação entre o sujeito e o objeto (produto ou sistema), assim como pensamento, sentimentos e percepções que resultam das interações”. Em 2015, Guimarães & Sousa concluem que nenhuma das PRS analisadas pelo seu estudo estão em conformidade com os padrões internacionais de acessibilidade do *World Wide Web Consortium*, defendendo que a finalidade da acessibilidade é oferecer meios para o acesso e uso da web por qualquer indivíduo, independentemente das suas limitações físicas ou cognitivas. Felizmente, deste então, muito mudou e, neste momento, as principais PRS (Facebook, Twitter e Instagram) já oferecem soluções de acessibilidade mais adaptadas e usáveis para indivíduos com necessidades especiais. Contudo, os dois indivíduos entrevistados com necessidades especiais

¹⁵ Justificando-se isto pelo facto de fazerem uso das TIC e beneficiando das suas prerrogativas no seu quotidiano, contudo, apresentam-se como resistentes à hegemonia das redes sociais digitais, neste caso.

revelaram que há mais de ano e meio que se encontram fora de PRS, e, apesar de se encontrarem atualizados sobre a evolução e melhoramento destas plataformas no que toca à acessibilidade, revelaram que se sentem melhor sem estas plataformas, porque nas palavras de Mariana (invisível) “Nunca vai ser possível tirar o máximo partido das oportunidades das redes sociais... Existem estigmas e a sociedade não lida bem com a diferença”. É ainda de recordar que a estética de interface também pode levar à desconexão (Light, 2014).

6. *Discursos de ódio: A intolerância, o desrespeito, o racismo, a xenofobia, as perseguições* (como o *stalking* e o *cyberbullying*), a *mesquinhez*, a *fofoca*, o *boato* e a *violência verbal* fazem parte das motivações que afastam os indivíduos da amostra das PRS mais populares. Franks, Chenhall & Keogh (2018) falam de “guerras e guerreiros do teclado”, em que a hostilidade é vista como um mecanismo para controlar o que é permitido dentro de um contexto de sociabilidade em rede (John & Gal, 2016), que por sua vez não é regulado. Adaptando as formulações de Klein (2017) *apud* Jakubowicz (2017) sobre a construção de edifícios do racismo contemporâneo na Internet, é possível estabelecer um paralelo com o que ocorre nas PRS nesta matéria em três fatores: as PRS ampliam o anonimato; a liberdade sem limites e o empoderamento de indivíduos protegidos pelos ecrãs leva à desinibição nos discursos e à escalada de violência psicológica. Souza, Melo & Morais (2014) falam da Teoria Espiral do Silêncio, criada por Elisabeth Noelle-Neuman em 1972, perfeitamente encaixável aos dias de hoje e à dinâmica das PRS, em que as pessoas que têm uma opinião minoritária, tendem a cair no silêncio ou até mesmo no conformismo, diante da opinião predominante e considerada maioritária, com o objetivo de assegurar a manutenção do *status* dentro de um grupo. Nos dias de hoje, o *cyberbullying* e o *trolling* são dois flagelos “*cybercomportamentais*” que afetam os usuários. *Cyberbullying* é “um ato de agressão destinado a causar dano ou angústia (...) de forma repetitiva (...) e que ocorre entre indivíduos cuja relação é caracterizada por um desequilíbrio de poder”, segundo Whittaker & Kowalski (2015). Por sua vez, Lumsden & Morgan (2017) definem *trolling* como “uma forma de violência simbólica e de género, uma vez que é realizada em relação a mulheres e outros grupos minoritários em plataformas de redes sociais como o Twitter, Instagram e Facebook”. Os autores falam em táticas de silenciamento criadas por *trolls*, com o objetivo de remover o indivíduo da participação no espaço público (online). *Gender trolling*, é para Mantilla (2015) *apud* Lumsden & Morgan (2017) um ramo subcultural do *trolling*, afetando com maior impacto as mulheres, num plano de violência simbólica (Bourdieu, 1990) por vezes grupal. A questão do *body shaming* também faz parte das frentes de “ataque” dos *trolls*. Para alguns entrevistados, os discursos de ódio são motivados pelo facto das PRS servirem de espaço para a comunicação e gestão de “problemas existenciais dos indivíduos”, o que faz com que exista mais vulnerabilidade e a proliferação de opiniões nocivas.

7. *Distração e Produtividade*: Para alguns indivíduos, as PRS são uma *fonte de distração* constante e *diluição do foco*, no qual os níveis de produtividade geral podem ser em muito afetados pelo *deficit de*

atenção. Para António “(...) a presença nessas plataformas afeta em muito o nosso cérebro. Comecei a sentir que no trabalho ou em casa não conseguia fazer as tarefas até ao fim sem ir dar uma “espreitadela” às minhas redes. Se não o fazia sentia que faltava algo e fica irrequieto... Como se o meu cérebro dependesse daquilo. Era assustador, nem conseguia ler um livro devidamente concentrado” – fenómeno também experienciado por Carr (2010) e já explorado por Lazzarato (2006) com a questão da *noopolítica*, que depende da capacidade dos media de capturar a atenção dos indivíduos ao modelar a sua memória. O raciocínio de Karppi (2014) aponta na direção da obra de Gehl (2013) para enfatizar que PRS controlam o que os usuários pensam e fazem por meio de uma arquitetura noopolítica numa capacidade tecnológica dos media de formar opiniões públicas, inteligências coletivas e comportamentos de massa. Gehl (2013) acrescenta que “funções essenciais, como gostar e recomendar, são tecnologias eficazes para espalhar mensagens, mas também como guias da nossa atenção, que nos levam a pensar, desejar e querer certas coisas em vez de outras”. Aqui, Castells (2002) chama a atenção para a cultura de “virtualidade real” onde “a própria realidade é capturada pela comunicação mediada” Ferreira (2018). Posto isto, o abandono das PRS é a solução encontrada pelos indivíduos para fazer frente à “economia de atenção”, abordada por Odell (2019).

1.2 O Perfil dos *Desconectados* – Grupos e Testemunhos

Tendo em conta a conveniência da amostra, foi possível traçar perfis e nomear sete grupos de indivíduos com diferentes motivações para o abandono de PRS (anexo F). Através da análise deste anexo, é possível constatar que a motivação “*Privacidade, exposição e segurança online*” é comum a todos os grupos, enquanto que as restantes motivações de distribuem de acordo com as particularidades de cada grupo. De um total de 20, 13 indivíduos adotaram a *eliminação como técnica de desconexão digital em PRS*, enquanto que sete optaram pela *desativação* de perfis identificativos (anexo G); quanto ao *tipo de desconexão digital em PRS*, 13 indivíduos encaixam na posição de *desconexão digital voluntária*, com apenas sete indivíduos na posição de *desconexão digital não-voluntária* (anexo H); também a *duração da desconexão digital em PRS* foi avaliada, em que 13 indivíduos assumiram a *permanência* da sua decisão, cinco revelaram que é uma posição *temporária*, sendo que apenas dois indivíduos admitiram *ainda não saberem* (anexo I); por fim, é feito o levantamento da *abrangência da desconexão digital em PRS*, que traduz o número de plataformas abandonas pelos indivíduos da amostra. Onze indivíduos abandonaram apenas três PRS, cinco indivíduos abandonaram quatro PRS, enquanto que apenas quatro indivíduos abandonaram cinco PRS (anexo J). Os grupos de *desconectados* identificados foram os seguintes:

1. *Construções identitárias e lifestyle*: Neste grupo, foram identificados três indivíduos que partilham a posição de abandono de PRS enquanto uma construção da sua identidade na sequência de filosofias JOMO – *Joy of Missing Out*, que traduz o contentamento e bem-estar destes indivíduos sentidos após a eliminação de perfis em PRS. Estes indivíduos, com idades compreendidas entre os 18 e os 29 anos,

perfeitamente familiarizados para com as TIC, defendem uma ideia geral de que “a rede digital faz parte de uma ordem capitalista que reproduz a desigualdade através da participação, [sendo que] essa participação exibe uma natureza hegemónica e consensual” (Mejias, 2013), à qual estes indivíduos “fazem questão de lutar”, segundo João, nem que seja para “assegurar a diversidade de discursos no meio de uma tecnocracia”, nas palavras de Sara. Para João, “Por muito que reconheça os benefícios, as redes sociais enquanto infraestruturas de mediatização sociológica, não se encaixam na minha estrutura de crenças e valores. Não quero depender delas para o reconhecimento, não quero alimentar amizades a partir delas... Quero ser a pessoa diferente e que questiona. Não preciso de mensagens de ego digitais”. Segundo o *The Guardian*, estes indivíduos são apelidados como os *millennials contracultura* que procuram adotar estratégias de uso e apropriação da tecnologia que vão ao encontro do *minimalismo digital* de Cal Newport, em que o mundo digital é utilizado apenas para funções extremamente necessárias como o trabalho ou questões burocráticas. Na mesma linha, Jorge (2019) reintroduz o conceito de *digital healthism* (explorado por Fish, 2017) que atenta num discurso do consumo digital autorregulado com a finalidade de alcançar um equilíbrio pessoal e ao nível da saúde. Estas construções identitárias parecerem proliferar cada vez mais junto da Geração Y (millennials, entre os 25-34 anos) e da Geração Z (com idades compreendidas entre os 18 e os 24 anos), que através da sua desconexão parecem comunicar uma posição de maior ligação e ativismo para com o mundo físico e espiritual, em que a natureza assume especial importância. Indo ao encontro da literatura, é de destacar uma propensão destes indivíduos para outras atividades ou tecnologias. Kaun & Treré (2018) destacam a existência de ativistas contemporâneos que estão a escolher deliberadamente desconectar-se de certas plataformas, forjando alternativas ao imperativo da conectividade onipresente. Para estes, tal como verificou Jorge (2019), a desconexão das PRS é narrada como algo necessário para alcançar experiências superiores. Dois dos três entrevistados assumiram que a sua posição foi influenciada pelo seu círculo pessoal, o que prova a teoria de Birnholtz (2010), referida por Jorge (2019) que defende que “a utilidade da tecnologia pode mudar com o tempo à medida que os usuários mudam para novos contextos, conhecem novos amigos e mudam as prioridades”. Kaun & Treré (2018) recordam que Fish (2017) estabelece uma comparação entre a cultura de rejeição digital de hoje (exercida por estes indivíduos) ao *Free Speech movement*¹⁶ que ocorreu na Universidade da Califórnia nos anos 60. Para este autor (Fish, 2017), a cultura atual de rejeição digital não procura a regulamentação social, mas apenas se esforça para alcançar equilíbrio individual, de acordo com o *mindful* e a *espiritualidade da Nova Era*, impermeável contra o *ethos* predominante disseminado por Silicon Valley. Por enaltecerem os discursos de superconsumo e materialismo, Kuntsman & Miyake (2015), associa o *disengagement* digital destes indivíduos aos discursos sobre sustentabilidade, ecologia e ambientalismo, numa correlação entre a desconexão digital e a natureza. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital voluntária.

¹⁶ Em Berkeley, os estudantes protestaram contra as atividades políticas do *Campus*, na sequência de protestos contra os Direitos Civis e contra a Guerra do Vietname.

2. *Imigrantes digitais*: Em primeiro lugar, é importante frisar que este grupo não se refere aos seniores (+65 anos), mas sim aos imigrantes digitais, representados pela geração dos *Baby boomers* (nascidos entre 1946-1960), mas com maior destaque para a Geração X (nascidos entre 1961-1980), segundo Naim (2014). Prensky (2001) introduz os conceitos de imigrante digital e nativo digital, numa relação diferente para com as TIC, em que os imigrantes digitais são aqueles que, tendo em conta o advento de um novo paradigma social, marcado pela comunicações digitais, tiveram que se adaptar às normativas dominantes, após um período de vida considerável sem uma vivência direta com a Tecnologia e sem a Internet. Este grupo é formado por três indivíduos com idades compreendidas entre os 54 e os 65 anos. Apesar de estarem em funções profissionais onde a literacia digital passou a ser necessária, e de possuírem conhecimentos relevantes no que toca às dinâmicas da Internet e das PRS, os indivíduos deste grupo revelaram que preferem estar fora das PRS por livre vontade, o que valida a posição de desconexão digital voluntária. Rita confessou, “Tive fases em que adorei o Facebook, o Instagram e outros... Identificava-me com as pessoas, revivi antigas amizades, comentava, partilhava, publicava, era um passatempo, uma festa... Acho que me ajudava a sentir moderna e uma mãe atual. Depois comecei a provar o mundo da intriga, da mesquinhez e ficava ansiosa. Percebi que as redes sociais são microuniversos da nossa sociedade para o bem e para o mal. Com a minha idade não tenho de passar por essas coisas, já me basta os problemas da vida”. Justificando a essência deste grupo, Kirkpatrick (2010) defende que quanto mais velha a pessoa, maior probabilidade de que ache invasiva e excessiva a exposição dos seus dados nas PRS. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital voluntária.

3. *Figuras públicas e profissões mediáticas (ou de responsabilidade pública)*: A este grupo, foram alocados quatro indivíduos com idades compreendidas entre os 31 e os 38 anos. Estes indivíduos assumiram que foi necessário saírem destas plataformas para prosseguirem de uma forma mais “tranquila” nos seus papéis de profissionais e cidadãos. Neste grupo, podem encaixar-se celebridades e artistas, jornalistas, juizes, políticos, médicos e até agentes de segurança política, que encaram as PRS como uma porta aberta para o escrutínio público, num espaço público e privado (em simultâneo). Para Click, Lee & Holladay (2013) a proliferação de PRS alterou a interação e as expectativas dos fãs (e seguidores) sobre o comportamento de celebridades e figuras públicas, esperando que estas interajam com o público quase como se de um dever se tratasse. Por isso, quando uma figura pública decide sair de uma PRS, é uma decisão que pode ter repercussões ao nível da sua popularidade o que não preocupa minimamente os entrevistados. Sofia confessou “senti que não tinha de passar pelo escrutínio e que seria mais feliz no “esquecimento” que a não participação traz”. Em todo o mundo, muitos são os exemplos de celebridades que passaram por um processo de desconexão digital voluntária, em que acabaram por abandonar as plataformas (ainda que por períodos de curta duração): Kanye West, Taylor Swift, Selena Gomez, Justin Bieber e Ed Sheeran são alguns exemplos de celebridades que acabaram por reincidir dos seus períodos de desconexão digital. Contudo, muitos são aqueles que nunca aderiram às PRS em voga:

Kate Winslet, Angelina Jolie, Brad Pitt, Ema Stone, Jennifer Lawrence e Daniel Radcliff fazem parte da longa lista de celebridades planetárias que sempre assumiram o desconforto e a incompreensão face ao fenómeno. Em Portugal, Ricardo Araújo Pereira e José Alberto Carvalho são dois ilustres exemplos de figuras públicas que optam por ficar fora da rede. Para Matilde, “(...) a intolerância, a exposição e o facto de ter de pensar sempre o que ia postar levaram-na a sair”. Segundo Jakubowicz (2017), o *trolling* (e o *hating*) toram-se parte omnipresente da experiência da web para qualquer celebridade ou mesmo para qualquer pessoa com base na sua aparência, roupas ou opiniões. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital voluntária.

4. *Informáticos*: Este grupo é composto por três indivíduos com idades compreendidas ente os 29 e os 33 anos. António, engenheiro informático, revelou que “O facto de trabalhar neste ramo leva-me a ter uma posição mais crítica das redes sociais do que a maioria das pessoas. Sei o que não é um jogo limpo (se bem que tem vindo a melhorar) e para ser sincero, não me identifico minimamente com a dinâmica. Perde-se mais do que se ganha e na realidade, pode-se sempre tirar partida das coisas boas da Internet fora destes ambientes”. Para Maxigas (2017), a combinação de conhecimento técnico, histórico, a consciência e os valores levam estes indivíduos a resistir “contra os agentes e lógicas do capitalismo”. No testemunho de Raquel, “(...) esta profissão faz-nos estar em contacto com a verdade das teorias da conspiração e isso basta para sair o mais possível da equação”. Maxigas (2017) refere ainda que como usuários sofisticados, os hackers, por exemplo, podem desenvolver opções críticas perante a tecnologia como resposta, um comportamento que pode ser associado ao não-uso pelos profissionais no ramo de informática, que pelo seu conhecimento profundo das fragilidades das PRS e dos perigos da web, optam pela posição de desconexão digital voluntária, num “forte contraste com a sua imagem estabelecida de inovadores, disruptivos, pioneiros e entusiastas da tecnologia” Maxigas (2017). Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital voluntária.

5. *Indivíduos com necessidades especiais/Intelectualmente diferenciados*: Para a formação deste grupo, foram apenas reunidos dois testemunhos, ambos do sexo feminino (29 anos e 37 anos). Helsper & Reisdorf (2016) concluíram que aqueles que apresentam alguma deficiência tem maior probabilidade de ficar offline. Tsatsou (2019) confere também que os indivíduos com deficiência sofrem frequentemente de exclusão digital e exigem um maior nível de personalização, treino e suporte para utilizarem a tecnologia de forma eficaz e benéfica. Aline, portadora de deficiência auditiva confessou que, embora a exclusão social destes indivíduos seja um gatilho para a exclusão digital na maior parte dos casos, se sente privilegiada e explica “(...) Os leitores de tela e outros deixam muito a desejar e a experiência de tentar fazer parte destas redes acaba por levar à frustração. Também deixei de querer lidar com o preconceito, e as redes sociais são o novo expoente máximo para que isso aconteça”. Embora a retirada das PRS tenha sido uma decisão de Aline, este é um grupo condicionado pelos constrangimentos de infraestrutura, o que vai ao encontro de uma posição de desconexão digital involuntária. Apesar das

limitações e constrangimentos, há que atrair estes indivíduos para a web e para as PRS, uma vez que estes recursos são um canal de informação, comunicação e afetividade entre estes e a sua rede pessoal, num espaço que pode contribuir para o seu desenvolvimento sociocognitivo (Passerino, Montardo & Benkenstein, 2007), ou porque, tal como refere Warschauer (2006), a inclusão digital é uma faceta da inclusão social. Apesar do Facebook, Twitter e Instagram terem desenvolvido muito os seus sistemas de acessibilidade, os dois entrevistados revelaram que continuam a não ser fácil o uso destas PRS. Mariana assume que “não é toda a gente que têm os recursos para sustentar e renovar os programas de tecnologia assistiva. Trabalho, mas sempre tive o apoio da minha família e de outras organizações que me permitem aceder ao possível”. Justificando isto, Wagner, Piovesan & Rodrigues (2013) defendem que não é apenas o tipo e o grau de deficiência sensorial, cognitiva ou física que determina a limitação de um indivíduo; o ambiente e o contexto no qual se insere contribui também para a maior ou menos limitação. Ferreira *et al.* (2017) definem a tecnologia assistiva como “uma área de conhecimento interdisciplinar, que apresenta produtos, recursos, métodos, estratégias, práticas e serviços que promovem a funcionalidade de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social”. Na referência aos perfis com necessidade especiais, leia-se indivíduos com algum tipo de deficiência, incapacidade ou desvantagem face aos demais. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital não-voluntária.

6. *Vítimas de violência/perseguições*: Este grupo é constituído por três indivíduos do sexo feminino com idades compreendidas entre os 17 e os 34 anos. Vítimas de *cyberbullying*, vítimas de violência doméstica ou vítimas de perseguição na sequência do ativismo das suas ideologias, estas mulheres consideraram que a sua melhor arma de defesa é o abandono de PRS e o conseqüente anonimato, que pode ser sinónimo de maior proteção e segurança. Para Sónia, “Ser perseguido nas redes sociais é ter medo, é ter uma falsa liberdade, é fazeres de tudo para que pare, mas sabendo que a única solução é sair. A piada da tua imagem no ecrã disponível para todos desaparece”. De acordo com Chatzakou *et al.* (2019), as vítimas podem sentir uma ampla gama de emoções, com conseqüências negativas tais como a vergonha, a depressão e o isolamento de outros membros da comunidade, podendo a perseguição levar mesmo ao suicídio. O impacto nas vítimas assume proporções incalculáveis, isto porque, enquanto o *bullying* físico é limitado a locais ou horários específicos, as agressões digitais podem ocorrer a qualquer momento e em qualquer lugar (Chatzakou *et al.*, 2019). Apesar de não existir um testemunho neste sentido, é de salientar que os casos de *cyberbullying* homofóbico, com agressões e intimidações verbais aos membros da comunidade LGBT são também um flagelo nas PRS, através do qual as vítimas são levadas a assumir comportamentos de desconexão involuntária. Em todas estas situações, a maioria das perseguições não é cometida por estranhos, mas por pessoas íntimas do círculo do indivíduo, parceiros ou ex-parceiros, tal como defendem Spitzberg & Cupach (2007) (*apud* Woodlock, 2016), o que corrobora a existência de um grupo hipotético de desistentes composto por vítimas de violência doméstica, desentendimentos

na sequência de separações, divórcios litigiosos, etc. A perseguição postula “um padrão de comportamentos repetidos e intrusivos – como seguir, assediar e ameaçar” segundo Logan & Walker (2009) *apud* Woodlock (2016). Melander (2010) citado por Woodlock (2016), descobriu que os comportamentos de controlo incluíam a monitorização via GPS ou o constante envio de mensagens. Tal como refere Woodlock (2016), a tecnologia e as PRS são usados para criar um sentido de omnipresença do agressor, e isolar, punir e humilhar vítimas de violência. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital não-voluntária.

7. *Indivíduos de outras etnias/religiões*: Este grupo é constituído por um indivíduo do sexo feminino e por um indivíduo do sexo masculino, de 26 e 28 anos respetivamente. No primeiro caso, obteve-se o testemunho de Rafaela, de etnia cigana, e no segundo, o de Paulo, um comerciante de origens muçulmanas. Junto de indivíduos de diferentes etnias e religiões, a intolerância e o racismo assumem contornos preocupantes, existindo também padrões de perseguição. Para Hidayah (2018), o ato de perseguição e a intolerância são o resultado do efeito filtro de bolha (*filter bubble effect*). Isto quer dizer que a personalização nas PRS leva a que se formem “bolhas de filtro” que contribuem para a rejeição de ideologias e opiniões alternativas. Noutras palavras, o algoritmo acaba por deixar os indivíduos intelectualmente isolados das visões com as quais não concordam (Prakash, 2016 *apud* Hidayah, 2018). Scadding & Sweeney (2018) destacam que, relativamente às comunidades ciganas, a compreensão e a aceitação são duas vertentes que têm de ser discutidas. Tal como relatam, muitos indivíduos de etnia cigana têm experiências de discriminação e estigmatização que por vezes resultam num afastamento e relutância face aos serviços tecnológicos. Em Portugal, é de frisar que apenas 17% dos indivíduos da comunidade cigana possuem computador e serviços de Internet, segundo dados do Estudo Nacional sobre Comunidades Ciganas (2014). Com Rafaela, a conversa fluiu e os temas debatidos foram o reflexo da sua consciência face à utilização de TIC. Hoje, trabalhadora por conta de outrem, tem consciência de que é “uma em mil”, nas suas palavras, porque “sempre quis aprender o que não aprendi na escola e sempre quis trabalhar e ter uma vida melhor para os filhos. Tudo o que sei dos telemóveis e da Internet aprendi por mim. Há muita coisa boa, mas há muita coisa má lá”. Rafaela explicou ainda que se sentia “cansada de ver a palavra “cigano” como algo mau” no Facebook e no Instagram, o que a levou a sair. Paulo, por sua vez, desabafou “Tenho trabalho, não devo nada a ninguém, sou uma pessoa igual às outras... Tal como fazem na rua, se sentirem que existe diferença, as pessoas olham de lado. Nas redes sociais elas têm a oportunidade de dizer tudo o que não dizem na rua. Não estou para isso, não preciso daquilo, não tenho de ser ofendido”. Indo ao encontro desta ideia, através de Papacharissi (2002) e Dahlberg (2001) (*apud* Ferreira, 2018) é concluído que os espaços discursivos online acabam por ser uma “extensão das desigualdades existentes no mundo social offline”. Este grupo de indivíduos encontra-se numa posição de desconexão digital não-voluntária.

- Baumer *et al.*, (2015) destacam o estudo de Lampe, Vitak & Ellison (2013) que perfila os não utilizadores de PRS como o Facebook como indivíduos mais velhos, com menos tempo gasto na Internet, percebem o Facebook como menos útil e têm baixos níveis de capital social. Contrariamente ao estudo destes autores, esta investigação comprova que os indivíduos jovens assumem também uma posição de desconexão maioritariamente voluntária face às PRS (não fosse a amostra constituída por 14 indivíduos com menos de 35 anos), da qual continua a fazer parte o consumo assíduo da Internet, tal como se verá no próximo ponto. É de salientar que os entrevistados reconhecem a utilidade das PRS, contudo, a robustez das suas motivações supera a vontade de utilizar estas plataformas. Tendo em conta a distribuição de género da amostra, observa-se que as mulheres têm uma maior propensão a estar offline em relação aos homens, algo explorado por Helsper & Reisdorf (2016). Durante as entrevistas, foi notório, em todos os testemunhos, a consciência face aos efeitos da mediação das PRS, bem como a valorização da vida offline, seja numa posição de desconexão digital voluntária ou involuntária. À luz dos estudos de Markus & Kitayama (1991) referidos por Konrath (2012), estes indivíduos tanto podem ser pessoas mais *coletivistas*, que “tendem a focar mais nas conexões interpessoais (...) com um maior sentido de enraizamento das comunidades e estruturas sociais”, ou pessoas *individualistas* que se veem como “únicos e distintos dos outros e enfatizam a sua separação por traços, habilidades pessoais, desejo de liberdade e independência”, duas fações de personalidade que foram notadas durante as entrevistas. A desconexão digital voluntária e involuntária é constituída por idiosincrasias, todavia, estes indivíduos partilham um sentido de agência individual, que visa a proteção do eu, raciocínio, com uma capacidade reflexiva sobre os perigos, moralidade, crenças e uma posição de oposição às políticas destas plataformas, de acordo com Hardey & Atkinson (2018). Na maioria dos casos, estes indivíduos têm em comum a sensação de *joy of quiet* (Iyer, 2011), em que existe uma atitude de passagem de sentimentos FOMO para uma sensação de JOMO, numa defesa contra o FOPO¹⁷ – *fear of people’s opinions* (medo das opiniões alheias). Indo ao encontro da investigação de Woodstock (2014), estes indivíduos evitam as PRS, não pelos típicos motivos de exclusão digital (acesso, recursos e habilidades) mas por opção e por motivos considerados. Tal como conclui Woodstock (2014), o acesso às TIC destes indivíduos (em casa, no trabalho e nos dispositivos móveis) é considerado normal, não existindo desvantagens económico-financeiras significativas. A profundidade da posição dos *desconectados* é explicado no anexo K;

- Um dos pontos de maior importância na investigação prende-se com o facto de existirem dez indivíduos que, à data das entrevistas, não se encontravam ativos em nenhuma PRS, o que os posiciona numa desconexão digital total face às redes sociais digitais. Contudo, os restantes indivíduos encontram-se ativos em pelo menos uma PRS (algo a ser explorado no próximo ponto);

- É sabido que já existem categorizações e nomenclaturas para os não-utilizadores e desistentes de PRS (ver capítulo 1, ponto), contudo, na sua maioria, não são direcionadas para grupos sociais específicos e

¹⁷ Conceito explorado por Michael Gervais em maio de 2019 na Harvard Business Review.

homogêneos da população, num contexto de abandono de plataformas de redes sociais digitais, daí a necessidade e a vontade da investigadora em explorar um tema pouco comum. Torna-se também importante referir que, caso as PRS partilhassem o número de contas desativadas, eliminadas ou caducadas, esta seria uma investigação mais profunda e robusta.

Geografias do Abandono

Através do testemunho dos entrevistados, foi possível traçar as “geografias do abandono”, desenhando assim o “mapa das renúncias” às PRS destes indivíduos. Light (2014) sublinha que a prática desconectada é constituída por *geografias da desconexão* que devem ser bem interpretadas. Ora, através do anexo L, é possível verificar as localizações de abandono e desconexão digital dos indivíduos constituintes da amostra. Através da sua observação, verifica-se que: A saída do Facebook e do Instagram é *comum* a todos os indivíduos, um dos pontos que faz parte do critério para a definição proposta de desconectado; O *Twitter* é a PRS menos popular, num total de 14 saídas. Foi descrito como “algo monótono”, “com comunidades-rastilho”, onde é “propícia a discussão não-construtiva entre utilizadores”, indo ao encontro da ideia de que esta é uma rede social digital mais popular junto de adolescentes, nichos ou elites profissionais; O *Snapchat* foi a segunda PRS menos popular, com 11 saídas. Os desistentes invocaram o facto de este ser um conceito “sem fundamento”, “percursor da vaidade e do narcisismo” e “fonte de distração”; A terceira PRS que reuniu mais desistentes foi o *Tik Tok*, num total de 5 eliminações, em que os ex-utilizadores alegaram o “tipo de conteúdo” e a sua “inadaptação ao formato” como as principais razões para o abandono; Apenas dois indivíduos revelaram ter saído dos seus *canais de Youtube* por ter sido uma plataforma “mais usada na adolescência” ou “para trabalhos da faculdade”; Somente uma pessoa deixou para trás a sua conta de *LinkedIn*, invocando a “falta de relevância para a sua profissão e idade”; É de notar que os indivíduos abandonam as plataformas que *mais contribuam para o desconforto* que está na origem das suas motivações; A título de curiosidade, à exceção de três indivíduos, todos os entrevistados afirmaram que *eliminaram ícone* das PRS abandonadas em causa dos seus smartphones; As PRS em causa foram eliminadas ou desativadas entre 2015-2019; Ainda que não fazendo parte da lista de PRS consideradas, quatro indivíduos revelaram de forma espontânea que a tendência para a desconexão digital foi outrora iniciada pela decisão de eliminar a conta de *Hi5*, uma rede social digital popular entre os anos de 2004 e 2008.

1.3 Consumos digitais na Desconexão

Uma vez que a amostra reúne 20 não-utilizadores desistentes, seria fulcral perceber como preenchem estes indivíduos os “espaços em branco” deixados pelas dinâmicas de rede e se estes os consideram sequer “espaços em branco”. Perante a amostra reunida, existe uma clara rejeição de determinadas plataformas, mas a aceitação de privilégios noutras (Kuntsman & Miyake, 2015), tal como foi observado. Para com os indivíduos que mantêm perfis ativos noutras PRS, o nível de satisfação é afetado pela discrepância entre gratificação desejada e gratificação obtida (Alam & Wagner, 2013).

Utilização de outras PRS e motivação: O LinkedIn é a plataforma mais utilizada pela amostra de *desconectados* (sete contas), juntamente com o Pinterest (três contas) e o Reddit (três contas), como se observa no anexo M. No caso do LinkedIn, a maioria, encara esta presença como uma forma de garantir alguma visibilidade profissional e o acompanhamento das tendências nas respectivas áreas de atuação profissional, ainda que a participação (publicações, comentários, gostos e partilhas) seja esporádica. Já com o Reddit, a utilização é justificada pela “diversidade de informação” e “facilidade de uso”; Ficou percebido que cinco indivíduos continuam a utilizar PRS que não implicam a exposição e partilha de conteúdo de cariz pessoal explícito (fotos, vídeo, texto), nem uma relação próxima e ativa com outros utilizadores, i.e., plataformas com um baixo nível de interação e de *media sharing* “inspiracionais” tais como o Pinterest e o Tumblr. É de destacar ainda a maior robustez da anonimato nestas PRS; O Twitter, o Snapchat e o Youtube são as únicas PRS com a utilização de apenas um indivíduo, contudo, é de destacar que todos os entrevistados utilizam o Youtube com plataforma de pesquisa de conteúdos e não como uma PRS com perfil ativo; Entre estes “*desconectados* parciais”, os *livestreaming tools* com o Snapchat e TikTok não se revelaram populares (apenas com a utilização passiva de três indivíduos); Dois indivíduos da amostra nomearam o MySpace e o Ello como PRS de uso alternativo recorrente. É ainda importante destacar que os indivíduos presentes noutras PRS fizeram questão de frisar que a sua participação nestas PRS é maioritariamente passiva, traduzindo um comportamento *voyeurista*. O facto destes indivíduos estarem entre os 18 e os 38 pode ser justificativo da necessidade de presença nestas plataformas, uma vez que apesar da sua posição, os jovens ficam em conflito entre a pressão da conectividade diária e os aspetos negativos da utilização (Franks, Chenhall & Keogh, 2018).

Tempo despendido na Internet e outras PRS: A maioria dos entrevistados revelou não estar mais de meia hora nas PRS onde mantêm perfis ativos (em tempo lúdico). Em relação à Internet, pela consulta de informação constante, os indivíduos revelaram aceder entre cinco a dez vezes à Internet por dia.

Histórico de atividades online: Para além dos “*desconectados* totais” (aqueles que já não possuem qualquer perfil identificativo em PRS), também os “*desconectados* parciais” (aqueles que ainda possuem contas noutras PRS), de uma forma geral, dão preferência à consulta de informação/conteúdo esporádico na Internet (vídeos, fotos e artigos), à consulta do e-mail pessoal ou profissional, às compras online, à visualização de filmes e séries, fazendo uso das plataformas de *streaming* como a Netflix ou a HBO e ao consumo de podcasts. Seis indivíduos fizeram referência à não utilização das funcionalidades de georeferenciação sempre que possível, traduzindo a preocupação com a privacidade online.

Canais de comunicação, tecnologia e dispositivos: Dentro do universo das entrevistas, esta dimensão contou com um leque de questões de índole mais quantitativa, atendendo aos objetivos da própria dimensão. Dezoito entrevistados admitiram preferir o smartphone ao PC; Todos os entrevistados comunicam com familiares, amigos e colegas através de aplicações de mensagens instantâneas, com

grande destaque para o WhatsApp. Curiosamente, sete dos vinte entrevistados admitiram ter mantido o serviço Messenger do Facebook apesar da eliminação ou desativação da conta. As mensagens tradicionais e as chamadas telefônicas fazem também naturalmente parte dos consumos da amostra. Contrariamente àquilo que seria de esperar, parte destes indivíduos investem em tecnologia (*tablets, headphones, smartwatches, etc.*) comprovando que não são totalmente opositores do mundo digital.

Consumo de informação: A televisão foi identificada como principal fonte noticiosa para estes indivíduos, existindo ainda uma preferência e maior confiabilidade por este meio de comunicação, que é o eleito para o período da noite. Os canais generalistas são os mais populares, contudo, quatro indivíduos revelaram consumir notícias em órgãos de comunicação internacionais como a *BBC* ou a *CNN*; Estes indivíduos consultam a informação diretamente a partir de títulos noticiosos online (e não através de PRS), sendo que os agregadores de notícias como o *Google News* foram citados quatro vezes pelos entrevistados. Entre os endereços digitais mais citados estão o *Público*, *Sapo*, o *Observador*, *Notícias ao Minuto*, o *DN* e o *Correio da Manhã*; A rádio é também um meio de comunicação “acarinhado”. É no carro, mas também em casa, através dos smartphones que estes indivíduos consomem conteúdos e informação através da rádio. Apenas três indivíduos revelaram pagar por assinaturas em títulos de informação.

Utilidade percebida: Tal como foi proposto por Dindar & Akbulut (2014) os desistentes temporários consideram as PRS mais úteis comparando com os desistentes permanentes.

- Com base nas teorizações de Hargittai (2007), exploradas por Neves & Rente (2017), verifica-se que, no que toca ao consumo e apropriação da tecnologia e PRS, os não-utilizadores apresentam: *um estilo diferente no que toca à navegação na Internet*, privilegiando a objetividade (que pode ser traduzida pela consulta direta de notícias dos sites oficiais dos títulos de media); *demonstram uma maior preocupação com a identidade online e questões de privacidade; não sentem necessidade de estar a par da vida privada de amigos online; e não compreendem a necessidade de autoapresentação*. Consegue então perceber-se que estes indivíduos estão incluídos digitalmente, pois asseguram indicadores socioeconómicos, cognitivos e técnicos, defendidos como indicadores essenciais para a inclusão digital (Costa & Lemos, 2005 *apud* Passerino & Montardo, 2007). É ainda importante enunciar que na investigação de Dremljuga (2018), os não usuários não sentiram receio de perda, priorizando o conteúdo que desejam consumir, algo que se constatou pelos discursos da amostra. O regresso hipotético da amostra às PRS abandonadas é desenvolvido no anexo N.

1.4 Perceção da Desconexão Digital na Sociedade

Contrariamente aos estudos primordiais sobre a não-utilização da Internet e das PRS, e a sua relação com as classes mais vulneráveis, “A escolha declarada publicamente de se abster do Facebook

também é socialmente significativa, pois implica um certo nível de capital cultural e económico para poder optar por não aceder uma tecnologia de media social como forma de fazer uma declaração” (Portwood-Stacer, 2012). Por isto, a posição de abandono de PRS, é por vezes, associada a uma *cultura de privilégio*, ao *elitismo* e, noutros casos, aos sentimentos de anticapitalismo (Portwood-Stacer (2012). As perceções da sociedade face ao fenómeno do abandono de PRS dividem-se entre a apoio e a incompreensão, pois “o que uma pessoa vê como uma demonstração de integridade, outra pessoa pode ver como elitismo hipócrita” (Portwood-Stacer, 2012). Através da análise do instrumento de investigação quantitativa (questionário), foi possível fazer o levantamento das dimensões relativas à percepção dos indivíduos utilizadores de PRS (que representaram 90% das respostas do questionário) face aos *desconectados* (anexo O).

1.5 Consequências da Desconexão Digital

A saída da PRS, apesar de motivada, consciente e fundamentada, no caso da amostra reunida, tem consequências para estes indivíduos, que de uma ou outra forma, acabam por sentir o impacto social de uma decisão de cariz pessoal. Tendo em conta as temáticas referidas pelos entrevistados, foram identificadas as consequências (positivas e negativas) da desconexão digital ao nível das seguintes dimensões:

Pressão do círculo social e sociabilidade: A decisão de sair de PRS adquire, por vezes, um impacto multilateral, i.e., quando os indivíduos abandonam ou limitam o uso destas plataformas, não impacta somente a sua vida, mas também aqueles que outrora se conectavam ao desistente na rede (Baumer *et al.*, 2013). Segundo os estudos de Dijck (2013) (*apud* Karppi, 2014), para os mais jovens, não estar nestas plataformas pode significar não ser convidado para festas e não estar atualizados sobre eventos e temas importantes, o que impacta naturalmente a dinâmica das relações e resulta no exercício de pressionar o desconectado. Apesar de não existir uma exclusão social por parte de amigos, a pressão para o regresso às PRS e a criação de novos perfis noutras plataformas é uma constante por parte de amigos, familiares e colegas, o que faz com que estes indivíduos sintam algum “cansaço”, isto porque “apesar de explicar sempre, às vezes parece que querem ser eles a administrar a minha vida... A vida é minha, logo a decisão é minha, independentemente do contexto. Antes pedia desculpa por não ter redes sociais, hoje, apesar de tudo, as pessoas já ouvem a minha explicação e ficam a pensar”, tal como explica Pedro.

Bem-estar, saúde mental e autoestima: Woodstock (2014) aborda os benefícios da resistência às PRS, frisando um maior sentido de calma, propósito e equilíbrio na vida destes indivíduos. Tal como enfatiza Turkle (2011), através das PRS, criámos mecanismos que fazem com que *estejamos sós, estando juntos*, pelo que estes *desconectados* se sentem hoje mais conectados com o mundo, agora que estão mais desconectados, uma antítese que se reflete em estilos de vida “menos agitados e mais completos”, nas

palavras de João. Outra das consequências da desconexão digital é o restabelecimento das fronteiras entre vida pública e privada. Tromholt (2016) salienta que mesmo as pausas em PRS como o Facebook agregam efeitos positivos ao nível da satisfação com a vida e na positividade das emoções. O autor sublinha os efeitos negativos do uso, que contribuem para a deterioração do humor, aumento dos sentimentos de inveja e redução do bem-estar afetivo; O facto de não estarem em contacto com conteúdos estereotipados permitiu também a estes indivíduos reestabelecerem a sua autoestima, deixando estes de ser reféns da normativa social e visual das PRS. Sean Parker (segundo o *The Guardian*), ex-presidente do Facebook, admitiu em 2017 que o site foi projetado para manter as pessoas envolvidas num "ciclo de feedback de validação social" que consome "o máximo de seu tempo e energia consciente possível", algo a que estes indivíduos já não se encontram expostos. Estes indivíduos revelam ainda ter ganho mais tempo para atividades com família e amigos, com melhorias significativas na sua saúde física e psicológica, onde é sublinhada a redução da ansiedade e melhorias no sono. Fox & Moreland (2014) destaca a pesquisa de Bevan, Gomez & Sparks (2014) que comprovou que quanto mais o tempo passado em PRS, maior a redução da qualidade de vida do indivíduo. Franks, Chenhall & Keogh (2018) revelam que participantes do sexo feminino, a partir da desconexão digital, vislumbraram a oportunidade para fazer mudanças nas suas vidas e investir nas conexões offline, enquanto que os indivíduos do sexo masculino encararam uma forma de se dedicarem mais às atividades físicas, algo que também foi observado durante a análise dos discursos da amostra. A recuperação do "foco" e da "concentração" foi dois elementos referenciados pela amostra, bem como o maior sentido de "produtividade" geral. No fundo, depreende-se que estes indivíduos deixam de ter as PRS como "barómetro do aqui e agora".

Oportunidades: O sucesso e os resultados "metasociais" são medidos através do uso ativo e recorrente em PRS, necessário para que os indivíduos entrem (e sejam aceites) numa estrutura de benefícios do ecossistema digital. A participação em passatempos, conferências ou atividades via PRS são o exemplo disso, excluindo automaticamente os não-utilizadores, que desta forma perdem a oportunidade de ganhar uma viagem, de ouvir um testemunho relevante ou até de aprenderem francês gratuitamente, a título de exemplo. Ainda que seja possível estar a par de todas as novidades e tendências nos websites das marcas e empresas, estes indivíduos sentem que existe uma perda de valor, ainda que não seja relevante para significar a reversão da decisão.

Mundo laboral: A experiência de Soraia, no local de trabalho, é um exemplo do que alguns não-utilizadores de PRS podem viver "Um dia, a minha chef pediu o meu nome no Instagram para me poder identificar numa publicação de grupo. Respondi-lhe que não tinha conta, ao que ela respondeu "Com a tua idade?! Há alguma coisa que não está a funcionar, não?". Nunca me vou esquecer, porque me senti um pouco discriminada sem razão, mas também não argumentei com medo que me substituísse por alguém ativo e popular nas redes sociais". Ora, tal como sugerem Baumer *et al.* (2013)

as pressões sociais podem estigmatizar a não-utilização como um comportamento desviante, em que a saída de plataformas como o Facebook, apenas aconteceria se algo de “errado” se passasse com o indivíduo em causa. Ainda que o profissionalismo, a eficiência e os resultados positivos no trabalho não tenham relação alguma com a utilização de PRS, o testemunho de Soraia é o espelho da realidade, em que a desvantagem da não-utilização de PRS é real, assumindo por vezes contornos de “discriminação” que validam um paradigma tecnocrático. Por contraste, Sara relata outra realidade “(...) é completamente possível ser bem-sucedido profissionalmente sem a ajuda do Facebook, do Instagram e até mesmo de outras plataformas deste género. Trabalho numa agência reputada na área do Marketing Digital e não me sinto em desvantagem porque, apesar de não ter a título pessoal, trabalho com redes sociais e sei com certeza mais do que alguns utilizadores”, desmistificando a ideia de que a utilização de PRS é uma condição imperial para singrar na vida. Contudo, de um modo geral, tal como enfatiza Dremljuga (2018), os *desconectados* olham para a limitação de oportunidades (e interações) profissionais via PRS como o único efeito colateral real da desconexão digital.

Relações sociais: Tufekci (2008), (Dindar & Akbulut, 2014) concluiu que os laços sociais dos não-usuários não eram mais fracos relativamente aos usuários, contudo, estes indivíduos possuíam menos amigos próximos. Apesar do âmbito desta investigação não abranger a caracterização das redes pessoais da amostra, é importante salientar que a maior parte dos indivíduos admitiram que viram as suas relações de amizade reforçadas após a saída de PRS pela tendência à proximidade e interação presencial para com os laços sociais mais fortes dos seus círculos pessoais. Sónia explica que não perdeu amigos neste processo porque “os amigos das redes sociais não são amigos a sério”. Neste raciocínio, Jorge (2019), admite a associação entre a desconexão digital e o aumento da interação com outras pessoas offline (tal como Hardey & Atkinson, 2018; Karlsen & Syvertsen, 2016; Light & Cassidy, 2014 e Woodstock, 2014). Com base na pesquisa empírica de Ellison, Steinfield & Lampe (2007) sabe-se que os indivíduos usam PRS, do ponto de vista da sociabilização, para suportar e sustentar as relações interpessoais já existentes. A presença em PRS contribui acima de tudo para o reforço do *bonding social capital* (relativo às relações mais próximas como amigos e família), que se vê, contudo, abalroado nesta situação. Em segundo plano, contribui para o estabelecimento de novas conexões e conhecer pessoas (ao nível do *bridging* e *linking social capital*), conceitos explicados por Sehnem & Macke (2015), algo que deixa de acontecer, pelo menos através destas plataformas. Nas palavras de António, Adriana, Pedro, João e Diogo, as amigadas que já existiam tornaram-se mais “reais”, sendo que foi possível verificar “quais as amigadas que não precisavam do suporte das redes sociais”, isto porque nas PRS, as relações sociais são superficiais e em grande número (Debatin *et al.*, 2009), o que é considerado na teoria das redes o fenómeno de “laços fracos no fluxo de informação”, expressão usada por Gross & Acquisti (2005). Dentro da temática, Mejias (2013) sublinha que até os nativos digitais admitem que as experiências online não substituem as experiências reais. Contudo, as ferramentas digitais completam ou aumentam as vivências. Isto quer dizer que, a maioria dos indivíduos utilizadores estão nestas plataformas porque

os amigos estão. Em alguns casos, a não-utilização e o abandono de PRS pode ter sim, como consequência uma espécie de diluição das relações entre o desistente e as suas conexões, isto porque as conversações sofrem um deslocamento de canal (por vezes menos utilizado pelas conexões), existindo uma diminuição da partilha como consequência do desvanecer de uma amizade outrora mediada e suportada pela rede, podendo até resultar em relacionamentos unilaterais. Atendendo ao objeto de estudo, alguns não-utilizadores desistentes revelaram ficar mais solitários (algo que varia também com a motivação de saída), como consequência, algo que após a saída de PRS os tornou um pouco mais “antisociais”, contudo, e tal como se verá no próximo capítulo, a desconexão digital não significa ser mais solitário. Portwood-Stacer (2012) sugere que as táticas de rejeição de PRS possam “resultar” com pessoas que já possuem um grande capital social, pessoas cuja posição social perdura sem estas plataformas e pessoas cujos meios de subsistência não exigem que estejam constantemente conectados e acessíveis, indivíduos com “o poder de desligar” (Noonan, 2011) e que podem pagar o “custo de optar por não participar” (Marwick, 2011). Em termos gerais, após a saída de PRS, os indivíduos viram a sua apetência para a empatia reforçada, devendo-se isto ao facto da existência de faixas de avaliação do conteúdo (desde o gosto ao não gosto) traduzirem o papel que as PRS têm na construção e controlo da intensidade dos afetos (Karppi, 2014), restringido a infinidade de emoções e sentimentos da vida real a um limite de reações pré-definidas. Ou seja, a desconexão digital promove, na visão dos entrevistados, uma maior apetência para a descodificação e leitura de emoções, numa renovação da empatia. Fala-se numa restauração da empatia porque a comunicação cara a cara e os ambientes multissensoriais que esta proporciona ajudam a aprimorar a capacidade empática, algo diminuído drasticamente pela comunicação mediada, que faz com que o tempo e a vontade disponível para o com o próximo seja reduzida (Konrath, 2012). Os indivíduos abordaram ainda a questão da redução do feedback social (Fox & Moreland, 2014) como uma consequência maioritariamente positiva. Indo ao encontro das formulações de Hardey & Atkinson (2018), estes indivíduos encaram a desconexão digital como facilitadora e não como limitativa do processo de *engagement* com indivíduos em contexto offline.

Permeabilidade da informação: No que toca à informação, a amostra é constituída, como já foi explorado no Capítulo 3, por indivíduos que possuem o acesso, recursos suficientes e habilidades para assegurar a pesquisa e triagem da informação fidedigna, num consumo digital mais objetivo. Ora, tal como defende Carr (2008), a Internet tem um forte impacto na *diminuição da concentração* e na *transmissão de conhecimento superficial* (duas consequências ligadas ao uso de PRS), o que acaba por ocorrer menos junto dos indivíduos da amostra, que reforçaram o seu estado de “*mindfulness*” com menos informação irrelevante e menos “ruído”. Para explicar o efeito das PRS nos indivíduos, Debatin *et al.* (2009) criaram o *The Facebook Iceberg Model*, onde destacam a teoria do efeito de terceira pessoa, que demonstra que os indivíduos esperam que os media tenham um maior efeito sobre os outros do que sobre si mesmos (Davison, 1983); Ora, indo ao encontro do objeto de estudo, os *desconectados*, pode dizer-se que a consciência dos efeitos da rede “na primeira pessoa”, permite-lhes estarem mais alerta e

se protegem contra os perigos da exposição e das falhas de privacidade nas PRS. Neste sentido, Ferreira (2018) reforça o argumento de alguns críticos “(...) a paisagem da pós-modernidade e os novos *media* transformam os cidadãos das democracias em consumidores apolíticos, incapazes de distinguir entre as ilusões simuladas pelos *media* e as duras realidades que a sociedade capitalista implicitamente escondem”. No que toca ao conteúdo, “alguns autores argumentam que a obsessão pós-moderna com a “imagem” em prejuízo da “profundidade” produz um ambiente superficial e artificial, onde muito pouco é levado a sério; em que uma dimensão puramente estética tudo transforma em entretenimento” (Ferreira, 2018).

Comunicação e autoconhecimento: Uma das maiores consequências, para os entrevistados, é o facto das PRS e da Internet contribuírem para uma desaprendizagem das competências de comunicação e interação social, algo que estes indivíduos tiveram oportunidade de reaprender durante o processo de desconexão digital. Woodstock (2014) destaca as contribuições de Turkle (2011), onde a autora argumenta que o sentido e autoconhecimento foi abalado pelo advento das PRS, isto porque os indivíduos tendem a passar cada vez menos tempo consigo próprios, o que pode originar uma incapacidade de reflexão individual necessária para o avanço da humanidade. “Basta olhar em redor num autocarro ou no metro para perceber que a maioria das pessoas não consegue passar aqueles momentos de transição geográfica sem o auxílio do telemóvel. Acho que até a capacidade de se olhar nos olhos está enfraquecida... As pessoas sentem-se desconfortáveis se não estiverem aquele cúmplice chamado scroll”, segundo Pedro. Turkle (2011) sublinha ainda que cada vez mais os indivíduos estão dependentes do feedback online de outros, sendo essa a forma de reforçar a identidade de cada um. Por consequência, os relacionamentos sociais tornam-se frágeis, com interações breves, atenuadas e mediadas. Estes indivíduos, ao contrário dos utilizadores ativos, fazem a gestão das suas emoções e relacionamentos, maioritariamente através de interação cara a cara, evitando assim a “despersonalização dos resultados da comunicação (...) o que contribui para um sentido degradado de apoio emocional” (Turkle, 2011 *apud* Woodstock, 2014). Quando se diz que a interação social tem um papel fundamental na construção do *self* e da identidade de cada indivíduo, não está implícita a existência da interação digital mediada, pelo que estes indivíduos continuam a interagir socialmente, sem qualquer problema de exclusão social ou défice comunicativo.

CAPÍTULO 4. DISCUSSÃO: PRÁTICAS DE ABANDONO DAS REDES SOCIAIS

1.1 Desconexão em plena Conexão: Sinais de *disengagement*

A ansiedade que sentiam ao acordar, a necessidade de verificar as novidades no feed, os problemas de sono, a baixa autoestima (e a falsa autoestima em alguns casos), a comparação constante com outros utilizadores, a sensação de nunca estarem satisfeitos, a irritabilidade e o sentimento de distração e abstração da realidade constantes compõe o quadro dos sinais de alerta comuns aquando

da utilização de PRS (identificados em maior destaque pelo grupo de desconexão digital voluntária). Episódios de vida como *separações, perseguições, mudanças de país, condições de doença, nascimento de filhos* ou o *roubo de identidade* revelaram-se também marcantes para alguns *desconectados* (no caso dos indivíduos numa posição de desconexão digital não-voluntária). Após longos períodos de utilização, a necessidade de desconexão e de *disengagement* para com estas plataformas foi surgindo quase instintivamente junto destes indivíduos como necessidade e como forma de colmatar os efeitos físicos e mentais sentidos. Olphert & Damodaran (2019) definem, noutra perspetiva, o *disengagement* como algo que ocorre quando os participantes tomam uma decisão interna para interromper uma atividade ou quando fatores de ambiente externo dos participantes afetam a participação e contribuem para a perda de envolvimento. De acordo com Dremljuga (2018) a decisão de desconectar não se restringe ao momento de desativação ou eliminação da conta. A desconexão específica de cada PRS é o resultado de negociações de longo prazo entre o usuário, a plataforma e as vantagens (e desvantagens) do ambiente. Durante o processo de *disengagement*, existem quatro fases até ao “estado pleno” de desconexão digital, segundo Dremljuga (2018): a coletânea de motivos (na qual o usuário mede o peso do desconforto e sentimentos negativos face aos benefícios de ser membro), a prática desconectada (em que o indivíduo seleciona as técnicas para prevenir a interação, tais como o *unfollow*, a recusa de amizade, o “não gosto” ou a ocultação de informações no perfil), a prática de media modificada e a criação do sentido retrospectivo. O autor conclui que a desconexão digital não é apenas um ato ou um estado, mas um processo com diversas fases, que fazem dela uma experiência. Nesta investigação, quinze dos vinte entrevistados referiu que o seu processo de desconexão e *disengagement* iniciou-se pela passividade em relação às dinâmicas das redes. António explicou que antes do encerramento das suas contas se sentia “desligado desse mundo” e “sem vontade de participar”, o que se pode traduzir num estágio de *utilizador passivo* – indivíduos que seguem vários perfis mas que raramente ou nunca produzem conteúdo que possa ser considerado ou analisado, tal como explicam Nechaev, Corcoglioniti & Giuliano (2017). Como se verificou na amostra, o processo de desconexão digital destes indivíduos iniciou-se ainda dentro da própria conexão digital que pode traduzir a teoria do “not-doing” (Mullaney, 2006), vista por Woodstock (2014) como o cruzamento perfeito entre resistência e prática. Jorge (2019) é perscrutora de um estudo que auxilia o processo de compreensão do que significa “desconectar dentro da conexão” e da forma como os usuários utilizam PRS para comunicar e promover a desconexão numa primeira fase. Através de uma análise aos perfis de Instagram da sua amostra, a autora identifica a intenção de abandono temporário de PRS através de três formas: *posts que anunciam interrupções voluntárias associadas à vontade de controlo do tempo, relações e bem-estar; campanhas ativas de incentivo à desconexão com o objetivo de influenciar positivamente a sua rede de conexões; e o assumir da desconexão como um lifestyle em plena rede* – algumas estratégias utilizadas pelo grupo das “Construções identitárias e lifestyle”. Segundo Portwood-Stacer (2012) “é significativo quando as pessoas publicam as suas práticas de abstenção por meio de depoimentos nos sites, atualizações de social media, slogans em t-shirts e declarações diárias de voz e escrita sobre sair do Facebook”. Para os

restantes indivíduos, o processo de desconexão digital decorreu de forma mais discreta, pois, indo ao encontro da teoria de Dremljuga (2018), é impossível sair das PRS sem que isso afete a imagem do indivíduo, enunciando que na cultura ocidental é mais comum que os indivíduos optem por métodos de desconexão que não são visíveis aos outros. Neste sentido, enquanto utilizadores, estes indivíduos preferiram *ignorar pedidos de amizade* (não os fazendo também) e *mensagens de desconhecidos*, *desligaram a possibilidade de identificação em fotografias de outros amigos*, *reforçaram as configurações de privacidade* e *deixaram de participar ativamente nestas plataformas*, culminando tudo isto na desativação ou eliminação dos perfis, algo também verificado na amostra de Light & Cassidy (2014). A desativação das notificações, a eliminação do aplicativo e utilização das PRS apenas em formato desktop são outros exemplos de desconexão digital na conexão (Dremljuga, 2018). Light & Cassidy (2014) concluem que a desconexão digital, as estratégias de prevenção da conexão e de suspensão da conexão são atos de resistência, numa posição clara de não-participação.

1.2 Abandono das Redes Sociais Digitais e Desconexão Digital - Significados

Por norma, o não-uso (dos vários tipos de tecnologia) é considerado como uma deficiência material ou cognitiva e ainda um fenómeno de adaptação tardia instigado pelo clima de *technophobia* dos *want-nots*, pela recusa ideológica dos *refuseniks*, ou simplesmente pela não aceitação dos *laggards*, num conjunto de posições anormais, desviadas da norma e vistas como um problema a resolver (Hesselberth, 2017). Para Portwood-Stacer (2012), a rejeição de PRS é um “ato retórico que, no mínimo, manifesta insatisfação com as práticas corporativas (...) e, de maneira mais ampla, exprime uma ideologia geral tingida com sentimentos anticapitalistas”. A autora frisa que é apenas em comparação com a normalidade do uso que o não-uso tem significado social e político (Portwood-Stacer, 2012). A rejeição (de PRS) pode, em alguns casos, traduzir a intenção de envio de uma mensagem (Portwood-Stacer, 2012), sendo este tipo de declaração de rejeição socialmente significativa por implicar um certo nível de capital cultural e económico. Como significado, o valor da desconexão digital como uma *política de estilo de vida ou lifestyle* (Kaun & Treré, 2018) só pode ser relevante e imprimir valor se praticada coletivamente, ao invés de ser posta em prática apenas a nível individual (Jorge, 2019). De forma perpendicular a esta ideia, é importante destacar que seis dos entrevistados revelam já ter convencido¹⁸ familiares e amigos a sair de PRS. Para Jorge (2019), as desconexões associadas ao uso de PRS reproduzem “uma subjetividade neoliberal mais ampla que é autoconsciente, autoconfiante, autónoma e responsável”, sendo a desconexão digital construída sobre os alicerces da reconexão individual, numa forma mais imediata e urgente. Neste sentido, e reaproveitando a hipótese de Boyd (2012), Dremljuga (2018) frisa que a desconexão, se periódica (*periodic unplugging*), pode ser uma forma de gerir a pressão da conectividade “24/7”. Na teoria de Hardey & Atkinson (2018), a desconexão

¹⁸ A questão do aconselhamento e influência está relacionada com a questão de como é que os não-usuários moldam o acesso e o uso de outras pessoas (Haddon, 2004).

significa a capacidade de alcançar um sentido de equilíbrio, em que desconectar ocupa um lugar cada vez mais significativo na era digital; desconexão tem um valor social emergente, incorpora um conjunto diferente de normas e práticas sociais e é profundamente afetada pelo sentido de obrigação relacional. De acordo com Dremljuga (2018), a desconexão digital significa uma forma de resistência (Portwood-Stacer, 2012), desintoxicação digital (Syvertsen, 2017) ou ativismo (Karppi, 2014). Kuntsman & Miyake (2015) abordam também a questão multiplicidade de significados da desconexão digital, podendo traduzir a recusa digital como estilo de vida moderno, uma forma de resistência, como um privilégio limitado ou como um direito. Estes autores alertam ainda que o processo de *disengagement* digital é, por vezes, entrelaçado e moldado por outras identidades (familiares, amigos, estudantes, colegas, profissionais), formas de conexão (alternativas e outros consumos) e intimidades, sugerindo que este é um processo integrado ao tecido social e eventos de vida (algo que já foi comprovado).

Do total da amostra, doze indivíduos consideraram que a sua decisão de sair de várias PRS detêm um significado social significativo. De acordo com os testemunhos dos vários grupos de *desconectados*, e através da análise temática, foi possível delinear o significado social e pessoal da desconexão digital para cada um deles. De forma generalizada, para o grupo das *Construções Identitárias e lifestyle*, a desconexão digital significa *liberdade e ativismo*; para o grupo dos *Imigrantes Digitais*, a desconexão digital e o abandono de PRS traduzem *uma fase da vida em que não faz sentido compactuar com uma dinâmica de encenação social, em que pela idade e experiência de vida, se valorizam a felicidade dos momentos*; no caso das *Figuras Públicas ou Profissões Mediáticas*, a desconexão digital significa a *valorização do anonimato e oportunidade de exercer e vivenciar a sua cidadania de forma privada*; para os *Informáticos*, pelo seu conhecimento do setor das TIC, a desconexão traduz a forma que encontraram para *se protegerem das fragilidades das PRS, bem como a oportunidade de catalisarem da melhor forma o seu tempo livre fora dos ecossistemas digitais, no qual dependem grande parte do seu tempo*; segundo a amostra de *Indivíduos com Necessidades Especiais*, a desconexão digital acaba por representar *o descontentamento destas pessoas face à hegemonia das práticas de utilização regulares presente na maioria das PRS, não desenhadas com base no princípio da diversidade*; no ponto de vista das *Vítimas de Violência/Perseguições*, a desconexão digital é um *mecanismo de defesa contra as agressões e eventuais agressões promovidas através das PRS, sendo também uma forma de diminuir as probabilidades de contacto por parte dos mais variados tipos de agressores*; por fim, para os *Indivíduos de outras Etnias/Religiões*, a desconexão digital é uma forma de *travar a discriminação, numa tentativa de preservar a dignidade das suas convicções*. Verificou-se então que os *desconectados* da amostra postulam a desconexão digital enquanto *estilo de vida*, uma *forma de resistência e protesto* ou como *mecanismo de proteção*. Após a saída de PRS, estes indivíduos admitiram valorizar mais as suas *relações sociais*, as *atividades e as vivências offline*, o *anonimato* e o seu *tempo* em geral, tendo também visto a sua *felicidade* reforçada (dezoito dos vinte entrevistados revelaram que se sentiram mais felizes depois de terem abandonado os seus perfis em PRS). Ainda que desconexão possa significar menos conexão, estes indivíduos reforçaram a ideia de que as suas vidas

pessoais são *preenchidas, sãs e dinâmicas*, não sendo a desconexão digital em PRS inibidora da construção de capital social nem da própria conceção de *diversão*. Contudo, é de destacar que cinco indivíduos confessaram que se sentiram mais *solitários e introspetivos* após a saída de PRS.

Conclui-se, portanto, que as desconexões, na nossa cultura, assumem formas diferentes: uma rutura, um manifesto, um ato, uma forma de resistência ou um fracasso, nas palavras de Karppi (2014). Para o autor, a desconexão deixa de ser contextualizada como uma opção de luxo, tornando-se uma questão de saúde e uma responsabilidade individual.

1.3 Direito à Desconexão Digital

Numa sociedade em que a produtividade pessoal, social e profissional é medida através do uso regular e normativo das PRS, é necessário proteger os indivíduos face à hegemonia do paradigma de conexão “24/7” através da legislação do Direito à Desconexão Digital. Nesta matéria, a França é um país pioneiro. O direito de “desligar” do mundo digital faz parte, desde 2017, do Código do Trabalho da República da França (Hesselberth, 2017), consagrado no disposto sétimo do artigo L-2242-17. Do mesmo modo, na Alemanha, foi também discutida a regulamentação do *stress digital* relacionado ao trabalho, sob uma perspetiva política, indo ao encontro da perspetiva de Hesselberth (2017) que dá o exemplo de empresas como a Volkswagen, Daimler e a BMW, que regulamentaram o não-uso de dispositivos móveis após o trabalho regulamentar. Em Portugal, o Direito à Desconexão ainda não faz parte da lei (nos contornos da proteção contra a sobrecarga digital), tendo sido chumbadas na Assembleia da República, em julho de 2019, quatro propostas que legislavam o Direito à Desconexão no âmbito profissional, com o objetivo de proteger os trabalhadores. O PS, o PCP, o Bloco de Esquerda e o PAN foram as mesas partidárias nacionais responsáveis pelas propostas. Pelo impacto do novo contexto social condicionado pela pandemia do Covid-19, em que o trabalho remoto e o teletrabalho passaram de alternativas pouco consideradas à norma necessária, este será um tema que deve ser discutido e repensado pelos governantes um pouco por todo o mundo, uma vez que se está a falar da saúde mental dos cidadãos, que viram as fronteiras entre a realidade profissional e a realidade pessoal praticamente desvanecidas.

CAPÍTULO 5. ESTRATÉGIAS DE RETENÇÃO: MELHORIAS NAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS SEGUNDO O FEEDBACK DOS DESISTENTES

A pertinência da temática e do objeto de estudo assume uma grande importância para a vitalidade sustentável no que toca à subsistência das principais redes sociais digitais a médio/longo prazo. Tal como é sublinhado por Guo *et al.* (2012), a identificação de razões para o não-uso e para o abandono de PRS pode desempenhar um papel essencial ao nível do desenho de recursos digitais que possam atrair mais pessoas a estas plataformas e a sustentar as permanências das sessões ativas em todo o

mundo. Para que isso ocorra, estas PRS têm de assegurar o envolvimento dos usuários. De acordo com Ashley & Tuten (2015), “o engagement psicológico está dependente das necessidades, motivações e objetivos do consumidor”, sendo que, neste caso, esta “máxima” pode também ser aplicada ao universo dos utilizadores de PRS. De acordo com os testemunhos da amostra, os aspetos mais positivos das PRS incluem a *partilha entre utilizadores*, a *amplitude que é dada às causas* e a possibilidade de *promoção profissional e de negócios*. Por outro lado, a *cultura de ódio*, os *perfis falsos*, a *fraca proteção das contas*, a *exposição* e certos *tipos de conteúdo* são aspetos mais negativos das PRS. Contudo, é importante destacar que quinze dos vinte entrevistados *nunca* mais pensou em regressar às PRS das quais saiu, indo ao encontro da investigação de Guo *et al.* (2014), que descobrem que a maioria dos desistentes não pretende voltar a utilizar as PRS. Com base nos depoimentos da amostra, com aplicação geral às PRS e sem contornos profundamente técnicos, as propostas de retenção e melhoria que fariam com que os não-utilizadores desistentes reconsiderassem as suas posições, são resumidas através dos seguintes pontos: 1. Para que a capitalização de dados seja reduzida, e uma vez que a consulta de informação e notícias através das PRS faz parte da realidade dos portugueses, propõe-se a existência de um *login express* para a generalidade das PRS, onde apenas seria requerido o nome e endereço de e-mail do utilizador, que desta forma poderia ter acesso a um feed de tendências, no qual seria possível a interação através dos mecanismos já existentes tais como o “gosto” ou o comentário; 2. Na sequência da medida anteriormente proposta, a existência de um “*bloqueador de assuntos/temas*” seria uma forma de resolver algumas das fragilidades associadas ao algoritmo destas plataformas, garantindo também uma navegação plena por parte dos utilizadores; 3. Em conformidade com a necessidade de regulamentação no setor digital e nos ecossistemas das PRS, é essencial a atuação de uma *Entidade Reguladora para o Digital*, tanto a nível internacional, como algo a fazer parte da jurisdição portuguesa. Tal como ocorre na televisão pela sua dimensão e impacto direto nos indivíduos, a existência de uma *Provedoria Digital* para as esferas comunitárias da Internet revela-se cada vez mais necessária. Contrariamente à notícia da criação de um Conselho de Supervisão do Facebook (autorregulação) composto por indivíduos externos à companhia (in *Shifter*), sem supervisão estatal, esta é uma proposta que visa a constituição de uma entidade com poderes legais reconhecidos, assegurando a transparência nos processos de monitorização; 4. Em termos de segurança pública, e visto que “*Os espaços apresentados pelas tecnologias convergentes são espaços públicos e privados, de forma híbrida*” (Ferreira, 2018), é necessário que as forças policiais façam parte da equação, isto porque se verificam crimes online todos os dias nestas plataformas (a homofobia, o racismo, o atentado ao bom nome, ao pudor e a agressão verbal, por exemplo), sendo necessário proteger os cidadãos, que o continuam a ser na esfera digital. Por isto, é importante a adaptação destas instituições, que devem formar *comissões de policiamento online* para atuação em casos de denuncia dos utilizadores, permitindo a notificação e o contacto em tempo real com as entidades policiais. A cooperação entre as autoridades de segurança e as empresas digitais é fundamental para a execução desta matéria; 5. Para evitar a criação de perfis falsos junto dos menores de idade, a criação de *versões “kids”* das principais PRS poderá ser uma alternativa

sinónimo de adaptação e filtragem de conteúdos adequados a cada faixa etária (até aos 17 anos), nas quais a venda de dados a terceiros seria uma prática proibida. No centro deste modelo de negócio poderão estar conteúdos educativos e de entretenimento produzidos pelas próprias plataformas, pelas marcas ou até mesmo por influenciadores digitais das respetivas faixas etárias; 6. Enquanto detentoras de uma responsabilidade social sem precedentes, as PRS não poderão mais partir do pressuposto que todos os indivíduos estão consciencializados para as ameaças a que estão expostos durante a utilização da Internet e das PRS. É certo que a maioria da população aceita as políticas de privacidade e de recolha e tratamento de dados sem a existência de uma leitura atenta e reflexiva. Para impossibilitar que isto ocorra, a sugestão passa pela *criação de tutoriais de segurança e privacidade online* por parte de cada plataforma, ao qual seria obrigatório assistir antes da criação de uma conta, com o objetivo de educar e alertar os usuários para uma utilização mais segura. Para além de destinado aos novos utilizadores, estes tutoriais estariam também disponíveis para todos os restantes utilizadores, acompanhando-os durante as práticas online ou como forma de alerta antes de qualquer ação. Mayer-Schönberger (2009) frisa que “os indivíduos precisarão de ser educados para entender a quantidade de informação que fornecem rotineiramente a outras pessoas, o valor dessas informações e os perigos associados”; 7. Em matéria de acessibilidade, sempre que possível, estas plataformas devem alocar aos conteúdos multimédia, a existência de *linguagem gestual*, bem como a existência de um *botão com a funcionalidade de descrição de voz* (atendendo às necessidades de indivíduos com deficiência auditiva e invisuais, respetivamente). Em vez se ser algo externo às PRS, a tecnologia assistiva não deve ser encarada como um apêndice das PRS mas como funcionalidades integrantes dos feeds; 8. De forma a evitar manipulações de conteúdo, a utilização danosa, a violação de direitos de autor e da propriedade intelectual ou, mais do que tudo, para garantir a segurança dos usuário, a possibilidade de “*copiar/colar*”, extrair, imprimir ou a função “*printscreen*” seriam bloqueadas a todos os usuários de PRS, sendo apenas possível a marcação do conteúdo de interesse; 9. O *Direito ao esquecimento* constitui outro ponto referido pela amostra e considerado essencial para os ex-utilizadores. De acordo com o Artigo 2019 do Free Word Centre, este direito permite aos indivíduos “determinar por si mesmos quando, como e em que medida as informações sobre eles são comunicadas a outros” - um direito que confere ao indivíduo maior controlo sobre as suas informações. Esta é uma forma de fazer frente a um paradigma em que vigora a “memória coletiva” e que enaltece a proteção dos indivíduos face ao seu passado. Mayer-Schönberger (2009) relembra que, com o advento da tecnologia digital, a capacidade de esquecer ficou suspensa, tendo sido substituída pela memória irrepreensível, onde as políticas de recolha de dados são um imperativo para a manutenção da economia da informação (Mayer-Schönberger, 2009) – um antónimo do direito ao esquecimento. Brock (2016) aborda a questão do Direito ao esquecimento, o qual defende que informações pessoais sejam excluídas pelos mecanismos de pesquisa (ou excluídas por completo). Neste caso, a proposta vai ao encontro de conferir ao utilizador *a possibilidade de ele próprio eliminar e administrar as informações retidas pelas PRS*, evitando assim um futuro potencialmente distópico, onde o passado digital de um indivíduo pode condicionar o seu presente (Mayer-Schönberger, 2009); 10. Uma

vez que o risco de vício na consequência do uso destas plataformas é real, bem como os riscos para a saúde mental, e dada a sua função de proteger os usuários, sugere-se que, após uma utilização superior a 30 minutos, a plataforma *emitisse um alerta personalizado* e em forma de sugestão, que aconselhasse o usuário a fazer uma pausa, podendo apenas regressar após alguns minutos, permitindo isto uma gestão responsável da atividade de cada utilizador, consciencializando-os para as consequências da utilização excessiva dos ecrãs. Neste sentido, Pierce (2012) falava já das estratégias de *inibição* do uso num dado momento ou contexto, presentes nesta ideia; 11. Recentemente, em entrevista à BBC, Mark Zuckerberg (CEO do Facebook) admitiu o atraso da plataforma, em 2016, no que tocou à capacidade da plataforma em combater a o flagelo de desinformação (nomeadamente no caso das Presidenciais norte-americanas), um dos principais motivos que esteve na origem do decréscimo da popularidade e credibilidade da empresa. Para evitar a proliferação e a disseminação de notícias falsas, sugere-se a existência de um “*botão fact check*” junto dos conteúdos informativos nas PRS, uma ferramenta adicionada em maio de 2020 pelo Twitter, como forma de verificação do conteúdo difundido nos *tweets* do Presidente Donald Trump; 12. Tal como foi implementado no Instagram, ainda que de forma experimental, propõe-se o *alargamento da omissão do número de gostos/visualizações* a todas as PRS; 13. Como forma de punir a utilização danosa e os discursos de ódio, propõe-se a *expulsão dos utilizadores de PRS associados à disseminação e produção de conteúdos ofensivos*, sendo que estes indivíduos ficariam suspensos do uso de uma lista de PRS definida por uma Entidade Reguladora hipotética e já referida; 14. Utilizadores e desistentes de PRS sublinharam a necessidade cooperação das diferentes PRS como forma de combater a existência de perfis falsos. Ora, a *criação de listas de perfis falsos* partilhadas pelas diversas plataformas poderá ser uma medida a adotar, sendo desta forma mais fácil identificar estes perfis. Caso estes perfis constituíssem perigo aparente para outros utilizadores, as PRS deveriam comunicar e alertar essa ameaça aos utilizadores; 15. Enquanto plataformas de partilha e comunicação, as redes sociais digitais pecam pela falta de interatividade para com os seus usuários. Isto significa, que aos olhos da amostra da investigação, as PRS poderiam assumir maior dinamismo no contacto com os usuários, que por vezes sentem que só estão a par das novidades através de notícias e não através das próprias companhias. Este dinamismo pode ser promovido através de uma *estratégia segmentada de e-mail marketing com o envio de newsletters* de periodicidade mensal, por exemplo, onde seriam comunicadas informações, atualizações, notícias e curiosidades respeitantes ao universo da plataforma em causa, aumentando também o conhecimento e o envolvimento do usuário para com as PRS; 16. Uma vez que a Internet e as PRS se tornaram no novo espaço público, e atendendo à evolução social das sociedades num paradigma digital, a implementação de uma disciplina de *formação cívica online* em idade escolar poderá constituir uma forma de educar as gerações vindouras para um relacionamento cada vez mais mediado pelas tecnologias, assegurando a formação para uma nova etiqueta social.

Indo ao encontro da ideia de Syvertsen (2017), é importante frisar que a presente dissertação não é a apenas a voz de sentimentos de desapontamento e desconfiança, mas também de esperança.

Apesar de todos os escândalos e fragilidades em torno do Facebook (e de outras PRS), é importante salientar que este gigante tecnológico, em particular, tem vindo e desenvolver e a reforçar as suas políticas de privacidade e segurança, provando a sua capacidade de melhoria, inovação e adaptação face às políticas que ameaçavam a *goodwill* da marca. Uma vez que todos os indivíduos da amostra não se encontram no Facebook nem no Instagram (que faz parte da tutela do Facebook), muitas das suas atualizações (anexo P) são desconhecidas para a maior parte da amostra (com exceção ao grupo dos Informáticos).

CONCLUSÃO

Na perspetiva de Franks, Chenhall & Keogh (2018) as PRS fazem parte de um fenómeno que redefiniu o cenário das conexões sociais. Nas entrevistas com os *desconectados*, todos fizeram referência aos “tempos áureos” relativos à criação dos primeiros perfis em PRS, à diversão, ao entusiasmo, ao ego e ao poder sentido aquando do usufruto destas. A amplitude do espetro das amizades offline, a oportunidade de conhecer novas pessoas, a partilha e a autopromoção constituíam os elementos que alimentavam uma utilização ativa e assídua em plataformas como o Facebook, o Instagram, o Twitter, o Snapchat, etc. O que aconteceu a estes indivíduos para que a sua perspetiva mudasse? Esta é a questão que surge naturalmente após esta analepse. O dado recolhido na investigação que dá a conhecer que a maioria dos *desconectados* revelou ter abandonado PRS entre 2015 e 2019 pode ser parte da resposta a esta pergunta. Entre 2015 e 2019 o mundo assistiu a eventos que fragmentaram a opinião pública e fizeram com que muitos indivíduos questionassem o mundo em que vivem. A escalada do terrorismo, o caso Charlie Hebdo, a guerra na Síria, a crise dos refugiados, o escândalo Cambridge Analytica, a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, o Brexit no Reino Unido, a eleição de Jair Bolsonaro no Brasil, os Panama Papers, as tensões raciais no mundo, o movimento #MeToo, a ascensão dos drones, a proliferação de fações populistas e de extrema-direita, o flagelo das alterações climáticas, as greves pelo clima de Greta Thunberg e as investigações contra os gigantes tecnológicos e os alegados abusos de poder do GAFA (Google, Apple, Facebook e Amazon) compõem algumas das convulsões dos últimos anos. Não será por acaso que, na sua índole, os sete motivos para a saída de PRS identificados pela amostra se cruzam com as réplicas sociais dos eventos acima referidos. Neste sentido, esta investigação valida que é necessário “ser sensível à construção social e histórica mais ampla da experiência para nos ajudar a entender porque certos padrões, certos comportamentos existem num momento específico” (Haddon, 2004). Portwood-Stacers (2012) (*apud* Karppi, 2014), defende que o modelo de negócio das PRS, como é o caso do Facebook “tem como premissa a omnipresença ao ponto da naturalização – procurando tornar-se completamente integrado no tecido da vida quotidiana para tantas pessoas quanto possível, na medida de que estas não podem imaginar a vida sem ele e, portanto, não pensam em questionar a sua presença nas suas vidas”. Fugindo à regra, a amostra reunida por esta investigação traduz a rejeição da naturalização que estas plataformas vinculam e uma resistência face à

norma. Esta é uma amostra especial que questiona e faz questionar, pois, “numa época em que a participação e a interação são cada vez mais definidas de maneira normativa (Barney, 2010) explorar a não participação pode significar re-politizar os debates atuais sobre culturas digitais.” (Casemajor *et al.*, 2015). É importante destacar que enquanto “estudiosos dos media, alguém que “não está interessado” na comunicação online deve estimular a curiosidade intelectual, isto porque, é importante examinar as motivações e argumentos com uma mente aberta, ao invés do análise à luz de um objetivo político pré-determinado” (Syvertsen, 2017) – uma máxima que, desde o início, motivou o caminho da investigação.

Cannarella & Spechler (2014) explicam que a adoção de PRS é análoga à infecção e o abandono à recuperação, de acordo com um modelo epidemiológico. A recuperação, motivada pelo paradoxo da des(conectividade) abordado por Hesselberth (2017), permite que se reflita sobre uma “renegociação do contrato social” em que vivemos, sendo que a desconexão digital leva os indivíduos a pensar sobre formas alternativas de vida, mas não menos sólidas, relevantes e participativas, tal como verificado ao longo da análise dos perfis de *desconectados*.

Como resultado de uma amostragem por conveniência, foram identificados sete grupos de *desconectados* com diferentes características e motivados por diferentes causas. Apesar da sua posição de desconexão (total ou parcial) para com as PRS, estes indivíduos possuem os recursos, o acesso e as habilidades para uma utilização plena, distanciando-se, pelos seus perfis escolarizados, dos indivíduos afetados pela exclusão digital involuntária e do paradigma de *digital divide*. Os *desconectados* são indivíduos entre os 17 e os 65 anos, do norte, centro e sul do país e que postulam a desconexão digital enquanto estilo de vida, uma forma de resistência e protesto ou como mecanismo de proteção. Para além de todos os significados associados à desconexão digital, identificados também pelos entrevistados, a investigadora conclui que, à luz do contexto deste estudo, a desconexão digital significa ativismo. Ativismo porque, através das suas posições, estes *desconectados* são, voluntária ou involuntariamente percursores de uma mensagem social relevante seja porque se querem reconectar com a natureza ou consigo próprios, porque lutam contra a economia da atenção, porque dizem não aos discursos de ódio ou porque querem mostrar o seu desagrado para com as políticas das PRS. Ainda que *desconectados* das PRS, estes indivíduos revelaram-se consumidores assíduos de outro tipo de produtos digitais, que por sua vez satisfazem as suas necessidades sociais. Perante a inquirição de utilizadores de PRS, ficou percebido que o não-uso e abandono de PRS é compreendido pela maioria dos indivíduos, abrindo caminho para a aceitação e compreensão deste tipo de decisão na sociedade. No que toca às consequências da desconexão digital, esta tomada de decisão afetou as vivências dos *desconectados* na medida em que se verificou uma restauração geral dos níveis de bem-estar do indivíduo, contribuindo também para um reforço da comunicação, empatia e autoconhecimento destes. Estes são indivíduos conscientes, atentos e informados, daí a redução da permeabilidade e influência da informação que flui nas PRS. Apesar de serem alvo de pressão geral, para um restauro nesse tipo de conexão, estes indivíduos confirmam o reforço dos seus laços sociais. Do ponto de vista danoso, a redução de oportunidades e a eventual falta de participação no mundo laboral são as únicas questões que preocupam

estes indivíduos, não os impedindo de permanecer *desconectados*. Existirão de certo outros grupos de *desconectados* na população portuguesa, contudo estes foram aqueles que se revelaram mais pertinentes para cumprir os objetivos da investigação e abrir uma discussão na comunidade.

Katz & Rice (2002) (*apud* Haddon, 2004) alertam para o facto dos ex-utilizadores que abandonaram as TIC terem perfis socialmente diferentes daqueles que nunca adotaram, podendo fornecer pistas sobre os problemas encontrados sobre o uso desses serviços. Por isto, foram compiladas uma série de medidas com o objetivo de melhoria geral das PRS. Nas palavras de Bonito (2015), para que tudo seja operável nas PRS, é necessário repensar o design de acessibilidade, a arquitetura de informação, a usabilidade, a linguagem e as tecnologias assistivas, culminando com uma engenharia de conteúdos mais seletiva (Lee, Hosanagar & Nair 2018), elementos tidos em conta na elaboração do Capítulo 5.

Este estudo pretende assim que se olhem para os não-utilizadores desistentes como potenciais utilizadores e reincidentes, procurando ouvir as suas experiências, preocupações, dificuldades e constrangimentos, pois tal como confirma Haddon (2004), a adoção de TIC é influenciada em parte, pela experiência do que foi antes. Estas propostas são um apelo aos *developers* das plataformas, mas também aos governos, numa visão que assume que o design (de PRS) cria e destrói, possibilita e restringe, persuade e dissuade, inibe e convida, amplifica e reduz (Pierce, 2012).

Nas formulações de Rivera (2013) sobre a obra de Geert Lovink (2011) a crítica subentendida ao longo do estudo vai ao encontro da ideia de que o objetivo da crítica da Internet (neste caso das PRS) é conectar a autorreflexividade no “loop” de feedback para alterar a arquitetura, onde se pretende desenvolver conceitos e *insights* duradouros que se aprofundam nas arquiteturas de rede. O objetivo dessa perspetiva não é apenas criticar a hegemonia dos discursos da era digital, mas também para encontrar uma maneira de articular as diferentes abordagens críticas. Estes *desconectados* são pessoas que lutam contra um mundo onde todas as nossas transações digitais deixam rastros digitais permanentes (Mayer-Schönberger, 2009). Não querem ser personagens do Truman Show. Para estes, tal como dizem Bratsberg & Moen (2015) (*apud* Syvertsen (2017), “a vida é muito mais do que pixels, bits e gostos”. Harmon & Mazmanian (2013) acreditam que o não-utilizador é um epítome de um ser humano autêntico. Embora não seja possível confirmar esta afirmação, esta amostra constitui uma fonte de alento e esperança para a investigadora, que teve a oportunidade de contactar e dar voz àqueles que questionam, que refletem e que optam por seguir o caminho alternativo. Este é um tema que não pode ser olhado à luz da dicotomia do certo ou errado, mas sim como um tema que incentiva o debate sobre um algo necessário e importante para compreensão das dinâmicas sociais dos Novos Media. Esta investigação prova que “(...) a não-utilização não é uma ausência ou uma lacuna; não é um espaço negativo. A não-utilização é, frequentemente, ativa, significativa, motivada, considerada, estruturada, específica, diferenciada, direcionada e produtiva” (Satchell & Dourish, 2009).

BIBLIOGRAFIA

- Alam, Md. Mahbul e Christian Wagner (2013), ““Facebook Distress”: A Model to Investigate Discontinuation of Social Networking Site Use”, *PACIS 2013 Proceedings*, 179;
- Amarasinghe, Amitha (2010), “What Motivates People to Participate in Social Media?” (*Social Media Today*), consultado a 05.03.20. Disponível em: <http://socialmediatoday.com/SMC/190499>;
- Aranda, Julie e Safia Baig (2018), “Toward “JOMO”: The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting”, comunicação apresentada na 20th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (MobileHCI'18), *Digital Memories and Emotions*, de 3-6 setembro, Barcelona;
- Aranda, Julie, Noor Ali-Hasan e Sofia Baig (2016) “I’m just trying to survive”: An Ethnographic Look at Mobile Notifications and Attention Management”, comunicação Google apresentada no *MobileHCI '16*, de 6-9 de setembro, Florença;
- Arce, Yuri *et al.* (2018), “Modelo de Rede Social Virtual para Inclusão Digital e Social”, *Novas Tecnologias na Educação*, v.16, n.1;
- ARTICLE 19 (2016), *The “Right to be Forgotten”: Remembering Freedom of Expression*, London, Free Word Centre;
- Ashley, Christy e Tracy Tuten (2015), “Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement”, *Psychology & Marketing*, v.32, n.1;
- Baker, Rosland e Katherine White (2011), “In Their Own Words: Why Teenagers Don’t Use Social Networking Sites”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, v.14, n.6;
- Baldi, Vânia *et al.* (2018) (Orgs.), “Educação y comunicación mediada por las tecnologías: Tendencias y retos de investigación”, *Colección Comunicación y Pensamiento, s.l.* Ediciones Egregius (1ª Edição);
- Barney, Darin (2010), ““Excuse us if we don’t give a fuck”: The (anti-) political career of participation”, *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, v.2, n.2;
- Bassani, Patrícia *et al.* (2010), “Usabilidade e acessibilidade no desenvolvimento de interfaces para ambientes de educação à distância”, *Revista Renote – Novas Tecnologias na Educação*, v.8, n.1, citado por Bonito, Marco (2015), *Processos da Comunicação Digital Deficiente e Invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil*, Tese de Doutorado, Escola da Indústria Criativa, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS;
- Bauer, Martin (1995), *Resistance to new technology: nuclear power, information technology and biotechnology*, Cambridge, Cambridge University Press;
- Baumer, Eric *et al.* (2013), “Limiting, Leaving, and (re)Lapsing: An Exploration of Facebook Non-Use Practices and Experiences”, *CHI '13: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Session: Social Media Practices, Paris;
- Baumer, Eric *et al.* (2015), “Missing Photos, Suffering Withdrawal, or Finding Freedom? How Experiences of Social Media Non-Use Influence the Likelihood of Reversion”, *Social Media + Society*, v.1, n.2;
- Bevan, Jennifer, Ruth Gomez e Lisa Sparks (2014), “Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life”, *Computers in Human Behavior*, v.39;
- Birnholtz, Jeremy (2010), “Adopt, adapt, abandon: Understanding why some young adults start, and then stop, using instant messaging”, *Computers in Human Behavior*, v.26;
- Blumler, Jay e Elihu Katz (1974), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on gratifications research*, Beverly Hills, CA, Sage;
- Bonito, Marco (2015), *Processos da Comunicação Digital Deficiente e Invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil*, Tese de Doutorado, Escola da Indústria Criativa, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS;
- Bourdieu, Pierre (1990) *Language and Symbolic Power*, Cambridge, Polity Press;
- Boyd, Danah (2012), “Participating in the always-on lifestyle”, em Michael Mandiberg (Org.), *The social media reader*, New York, The New York University Press;
- Boyd, Danah e Nicole Ellison (2008), “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.13;
- Brandtzaeg, Petter Bae, Jan Heim e Amela Karahasanovic (2010), “Understanding the new digital divide: A typology of Internet users in Europe”, *International Journal of Human-Computer Studies*, v.69;
- Brandtzaeg, Petter Bae, Jan Heim e Amela Karahasanovic (2010), “Understanding the new digital divide: A typology of Internet users in Europe”, *International Journal of Human-Computer Studies*, v.69, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;

- Brandtzæg, Petter e Jan Heim (2009), “Why people use social networking sites”, em A. Ant Ozok e Panayiotis Zaphiris (Orgs.), *International Conference Online Communities and Social Computing (OCSC 2009)*, Lecture Notes in Computer Science, v. 5621, Springer, Berlim, Heidelberg;
- Brandtzæg, Petter, Marika Lüders e Jan Skjetne (2010), “Too Many Facebook “Friends”? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Network Sites”, *International Journal of Human-Computer Interaction*, v.26, n.11;
- Bratsberg, Lars e Thomas Moen (2015), *LOGG AV*, Oslo, Cappelen Damm, citado por Syvertsen, Trine (2017), *Media Resistance: Protest, Dislike, Abstention*, Oslo, Palgrave Macmillan;
- Brock, George (2016), “The Right to be Forgotten: Privacy and the Media in the Digital Age”, University of Oxford, I.B. Tauris & Co. Ltd & The Reuters Institute for the Study of Journalism;
- Burkeman, Oliver (2013), “Conscious computing: How to take control of your life online”, (*The Guardian*), consultado em 01.04.20. Disponível em: www.theguardian.com/technology/2013/may/10/conscious-computing-twitter-facebook-google;
- Cannarella, John e Joshua Spechler (2014), “Epidemiological modeling of online social network dynamics”, *ArXiv Social and Information Networks*;
- Cardoso, Gustavo e Manuel Castells (2005) (Orgs.) “A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política”, Debates Presidência da República, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda;
- Carr, Nicholas (2008), “Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains” (*The Atlantic*), consultado em 15.03.2020. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>;
- Carr, Nicholas (2010), *The Shallows: What The Internet Is Doing To Our Brains*, London, New York, WW Norton & Co;
- Casemajor, Nathalie *et al.* (2015), “Non-participation in digital media: toward a framework of mediated political action”, *Media, Culture & Society*, v.37, n.6;
- Castells, Manuel (2002), *A Sociedade em Rede*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian;
- Chatzakou, Despoina *et al.* (2019), “Detecting Cyberbullying and Cyberaggression in Social Media”, *ACM Transactions on the Web*, v.17;
- Clement, Jessica (2020), “Number of social network users worldwide from 2010 to 2023”, (*Statista*) consultado em 03.03.2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>;
- Click, Melissa, Hyunji Lee e Holly Holladay (2013), “Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media”, *Popular Music and Society*, v.36, n.3;
- Costa, Leonardo e André Lemos (2005), “Um modelo de inclusão digital: o caso da cidade de Salvador”, *Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información e Comunicación*, v.8, n.6, citado por Passerino, Liliana e Sandra Montardo (2007), “Inclusão social via acessibilidade digital: Proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais”, comunicação apresentada no XI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino Americana de Comunicação, de 7 a 9 de maio, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas;
- Crary, Jonathan (2014), *24/7 – Capitalismo tardio e os fins do sono*, São Paulo, Cosac Naify;
- Dahlberg, Lincoln (2001), “Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy”, *First Monday*, v.6, n.3, citado por Ferreira, Gil (2018), *Sociologia dos Novos Media*, Covilhã, LabCom.IFP;
- Dailey, Dharma, *et al.* (2010), “Broadband Adoption in Low-Income Communities”, *Social Science Research Council*, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Davis, Fred (1989) “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly, Computer Science, Psychology*, v.13, n.3;
- Davison, W. Phillips (1983), “The third-person effect in communication”, *Public Opinion Quarterly*, v.47, n.1;
- De Souza, Rose, José de Melo e Osvando de Moraes (2014) (Orgs.), *Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino*, Coleção GPs 14, São Paulo, Intercom;
- Debatin, Bernhard *et al.* (2009), “Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.15;
- Dindar, Muhterem e Yavuz Akbulut (2014), “Why do pre-service teachers quit Facebook? An investigation on “quitters forever” and “quitters for a while””, *Computers in Human Behavior*, v.39;
- Dockray, Sean (2010), “Facebook Suicide Bomb Manifesto”, *Networked Performance, (Turbulence)* consultado em 01.04.20. Disponível em: <http://turbulence.org/blog/2010/05/28/idc-facebook-suicide-bomb-manifesto/>;
- Dremljuga, Ramona-Riin (2018) “The Process and Affordances of Platform-Specific Social Media Disconnection”, *Studies of Transition States and Societies*, v.10, n.2;
- Ellison, Nicole e Danah Boyd, (2013), “Sociality through Social Network Sites”, em William Dutton (Org.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford, Oxford University Press;

- Ellison, Nicole, Charles Steinfield e Cliff Lampe (2007), “The benefits of Facebook “friends”: Exploring the relationship between college students use of online social networks and social capital”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.12, n.4;
- Eurostat Statistics Explained (2019), *Glossary: Digital Divide*, consultado em 10.03.20. Disponível em: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Digital_divide;
- Eynon, Rebecca e Anne Geniets (2012) “On the Periphery? Understanding Low and Discontinued Internet Use Amongst Young People in Britain”, *Report for the Nominet Trust*, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Eynon, Rebecca e Ellen Helsper (2011), “Adults learning online: digital choice and/or digital exclusion?”, *New Media & Society*, v.13, n.4;
- Ferreira dos Santos, Renata et al. (2017), “Tecnologia assistiva e suas relações com a qualidade de vida de pessoas com deficiência”, *Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo*, v.28, n.1;
- Ferreira, Gil (2018), *Sociologia dos Novos Media*, Covilhã, LabCom.IFP;
- Fish, Adam (2017), “Technology retreats and the politics of social media”, *Triplec: Communication, Capitalism & Critique*, v.15;
- Foot, Kirsten (2014), “The online emergence of pushback on social media in the United States: A historical discourse analysis”, *International Journal of Communication*, v.8;
- Fox, Jesse e Jennifer Moreland (2014), “The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances”, *Computers in Human Behavior*, v.45;
- Franks, Jessica, Richard Chenhall e Louise Keogh (2018), “The Facebook Sabbatical as a Cycle: Describing the Gendered Experience of Young Adults as They Navigate Disconnection and Reconnection”, *Social Media + Society*, v.4;
- Galloway, Alexander e Eugene Thacker (2007) *The Exploit: A Theory of Networks*, London, Minneapolis, University of Minnesota Press;
- Garton, Laura, Caroline Haythornthwaite e Barry Wellman (1997), “Studying Online Social Networks”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.3, n.1;
- Gasparetto, Maria Elisabete et al. (2012), “Utilização de recursos de tecnologia assistiva por escolares com deficiência visual”, *Informática na Educação: Teoria e Prática*, v.15, n.2;
- Gehl, Robert (2013) “What’s on your mind? Social media monopolies and noopower”, *Peer-Reviewed Journal on the Internet, First Monday*, v.18, n.3-4;
- Gervais, Michael (2019), “How to Stop Worrying About What Other People Think of You” (*Harvard Business Review*), consultado em 01.05.20. Disponível em: https://hbr.org/2019/05/how-to-stop-worrying-about-what-other-people-think-of-you?utm_campaign=hbr&utm_medium=social&utm_source=facebook;
- Goldenberg, Jacob, e Shaul Oreg (2007), “Laggards in disguise: Resistance to adopt and the leapfrogging effect”, *Technological Forecasting and Social Change*, v.74, n.8, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Gross, Ralph e Alessandro Acquisti (2005), “Information revelation and privacy in online social networks”, *Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)*;
- Grupo Marktest (2017), “Abandono de redes sociais por falta de interesse”, consultado em 03.03.20. Disponível em: <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~21b2.aspx>;
- Grupo Marktest (2019), “WhatsApp duplica em 3 anos e Instagram quadruplica em 6”, consultado em 03.03.20. Disponível em: <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~256d.aspx>;
- Guattari, Félix (2009) “Machinic Junkies”, em *Soft Subversions. Texts and Interviews 1977-1985*, Los Angeles, Semiotext, citado por Karppi, Tero (2014), *Disconnect.Me: User Engagement and Facebook*, Tese de Doutorado, School of History, Culture and Arts Studies, University of Turku;
- Guimarães, Ítalo e Marckson Sousa (2015), “Acessibilidade em mídias sociais: uma análise baseada em avaliadores automáticos de acessibilidade”, comunicação apresentada no XV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB, no âmbito do GT 8 – Informação e Tecnologia, de 26-30 de outubro, João Pessoa, Brasil;
- Guo, Yanru et al. (2012), “Investigating Factors Influencing Non-use and Abandonment of Microblogging Services”, *Journal of Digital Information Management*, v.10, n.6;
- Guo, Yanru et al. (2014), “An Investigation of Twitter and Facebook Abandonment”, *11th International Conference on Information Technology: New Generations*, no âmbito da Nanyang Technological University, entre os dias 7-9 de abril, Las Vegas;
- Haddon, Leslie (2004), *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*, Oxford, Berg;

- Håkansson, Maria e Phoebe Sengers (2013), “Beyond Being Green: Simple Living Families and ICT”, CHI’13, ACM Press;
- Harcourt, Bernard (2015), *Exposed: Desire and Disobedience in the Digital Age*, Cambridge, MA: Harvard University Press;
- Hardey, Mariann e Rowland Atkinson (2018), “Disconnected: Non-Users of Information Communication Technologies”, *Sociological Research Online*, v.23, n.3;
- Hargittai, Eszter (2007), “Whose space? Differences among users and non-users of social network sites”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.13, n.1;
- Harmon, Ellie e Melissa Mazmanian (2013), “Stories of the smartphone in everyday discourse: Conflict, tension & instability”, apresentado na *Conference on Human Factors in Computing Systems (SIGCHI)*, New York;
- Haven, Brian (2007), *Marketing’s New Key Metric: Engagement*, Cambridge, Forrester;
- Hayes, Jackie (2014), *User Interface Design for Online Social Media*, Califórnia, California Polytechnic State University;
- Helsper, Ellen (2017), “The Social Relativity of Digital Exclusion: Applying Relative Deprivation Theory to Digital Inequalities”, *Communication Theory*, v.27, n.3;
- Helsper, Ellen e Bianca Reisdorf (2016), The emergence of a “digital underclass” in Great Britain and Sweden: Changing reasons for digital exclusion. *New Media & Society*, v.19, n.8;
- Hesselberth, Pepita (2017), “Discourses on disconnectivity and the right to disconnect”, *New Media & Society*, v.20, n.5;
- Hidayah, Arina (2018), “Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, v.22, n.2;
- Howard, Philip, Sheetal Agarwal e Muzammil Hussain (2011), “When Do States Disconnect Their Digital Networks? Regime Responses to the Political Uses of Social Media”, *The Communication Review* v.14, n.3;
- Iyer, Pico (2011) “The Joy of Quiet” (*The New York Times*), consultado em 15.04.2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/01/01/opinion/sunday/the-joy-of-quiet.html>;
- Jack, Simon (2020), “Facebook’s Zuckerberg defends actions on virus misinformation” (*BBC Online*), consultado em 22.05.2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-52750162>;
- Jakubowicz, Andrew (2017), “Alt_Right White Lite: trolling, hate speech and cyber racism on social media”, *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, v.9, n.3;
- Jenkins, Harry (2006), *Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press;
- John, Nicholas e Noam Gal (2016). “I can’t see you any more’: A phenomenology of political facebook unfrinding”, paper apresentado na *AoIR 2016: The 17th Annual Conference of the Association of Internet Researchers*, de 5-8 de outubro, Berlim;
- Joinson, Adam (2008), “Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook”, *CHI ’08: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Session: Online Social Networks, Florence;
- Jorge, Ana (2019), “Social Media, Interrupted: Users Recounting Temporary Disconnection on Instagram”, *Social Media + Society*, v.5, n.4;
- Joseph, Rhonda (2010), “Individual Resistance to IT Innovations”, *Communications of the ACM*, v.53, n.4, citado por Guo, Yanru *et al.* (2012), “Investigating Factors Influencing Non-use and Abandonment of Microblogging Services”, *Journal of Digital Information Management*, v.10, n.6;
- Kalsi, Rupen (2017), “Why we millennials are happy to be free of social media tyranny” (*The Guardian*), consultado em 01.04.20. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2017/nov/12/millennials-backlash-social-media-facebook-instagram-snapchat>;
- Kaplan, Andreas e Michael Haenlein (2010), “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”, *Business Horizons*, v.53, n.1;
- Karlsen, Faltin e Trine Syvertsen (2016), “You can’t smell roses online. *Intruding media and reverse domestication*”, *Nordicom Review*, v.37;
- Karppi, Tero (2011), “Digital Suicide and the Biopolitics of Leaving Facebook”, *Transformations Journal of Media & Culture*, v.20;
- Karppi, Tero (2013) “Change name to No One. Like people’s status: Facebook Trolling and Managing Online Personas”, *The Fibreculture Journal*, Issue 22: Trolls and the Negative Space of the Internet;
- Karppi, Tero (2014), *Disconnect.Me: User Engagement and Facebook*, Tese de Doutorado, School of History, Culture and Arts Studies, University of Turku;
- Katz, James e Ronald Rice (2002), “Syntopia: Access, Civic Involvement and Social Interaction on the Internet”, em Barry Wellman e Caroline Haythornthwaite (*Orgs.*), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell, citado por Haddon, Leslie (2004), *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*, Oxford, Berg;

- Katz, James, Ronald Rice e Philip Aspden, (2001) “The Internet, 1995-2000: Access, Civic Involvement, and Social Interaction”, *American Behavioral Scientist*, v.45, n.3, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Kaun, Anne e Emiliano Treré (2018), “Repression, resistance and lifestyle: charting (dis)connection and activism in times of accelerated capitalism”, *Social Movement Studies*, 1-19;
- Kepplinger, Hans (1988), “Die Kemenergie in der Presse”, *Kolner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, v.40, citado por Bauer, Martin (1995), *Resistance to new technology: nuclear power, information technology and biotechnology*, Cambridge, Cambridge University Press;
- Khalid, Md. e Mette Pedersen (2016) “Digital exclusion in higher education contexts: A systematic literature review”, 2nd International Conference on Higher Education Advances (HEAd'16), 21-23 de junho, Valência;
- Kirkpatrick, David (2010), *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*, s.l, Simon and Schuster;
- Klein, Adam (2017), *Fanaticism, Racism and Rage Online: Corrupting the digital sphere*, Cham, Palgrave Macmillan, citado por Jakubowicz, Andrew (2017), “Alt_Right White Lite: trolling, hate speech and cyber racism on social media”, *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, v.9, n.3;
- Konrath, Sara (2012), “The empathy paradox: Increasing disconnection in the age of increasing connection”, Em Rocci Luppincini (Org.), *Handbook of Research on Technoself: Identity in a Technological Society*, Canada, IGI Global;
- Kramer, Adam, Jamie Guillory e Jeffrey Hancock (2014), “Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks”, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v.111, n.24;
- Kuntsman, Adi e Esperanza Miyake (2015), “Paradoxes of Digital dis/engagement: Final Report”, Working Papers of the *Communities & Culture Network+*, v.6;
- Lampe, Cliff, Jessica Vitak e Nicole Ellison (2013), “Users and Nonusers: Interactions between Levels of Facebook Adoption and Social Capital”, comunicação apresentada na *2013 conference on Computer supported cooperative work (CSCW '13)*, entre os dias 23-27 de fevereiro, Santo Antonio, Texas;
- LaRose, Robert *et al.* (2014) “Connection overload? A cross cultural study of the consequences of social media connection”, *Information Systems Management*, v.31, n.1, citado por Zhang, Shuwei *et al.* (2016), “Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services”, *Information & Management*, v.53, n.7;
- Laura, Robinson *et al.* (2015) “Digital inequalities and why they matter”, *Information, Communication & Society*, v.18, n.5;
- Lazzarato, Maurizio (2006) “The Concepts of Life and Living in the Societies of Control”, em Martin Fuglsang e Bent Meier (Orgs.), *Deleuze and the Social*, Edinburgh, Edinburgh University Press;
- Lee, Dokyun, Kartik Hosanagar e Harikesh Nair (2018), “Advertising Content and Consumer Engagement on Social Media: Evidence from Facebook”, *Management Science*, v.64, n.11;
- Lee, Tsung-Ling (2016), “*Exposed: Desire and Disobedience in the Digital Age* by Bernard E. Harcourt. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015, 364 pp. \$35.00 Hardcover”, *European Journal of Risk Regulation Book Reviews*, v.2;
- Light, Ben (2014), *Disconnecting with Social Networking Sites*, Basingstoke, Palgrave Macmillan;
- Light, Ben e Elija Cassidy (2014) “Strategies for the suspension and prevention of connection: Rendering disconnection as socioeconomic lubricant with Facebook”, *New Media & Society*, v.16, n.7;
- Logan, Tk e Robert Walker (2009), “Partner stalking: Psychological dominance or “business as usual?””, *Trauma, Violence, & Abuse*, v.10, citado por Woodlock, Delanie (2016), “The Abuse of Technology in Domestic Violence and Stalking”, *Violence Against Women 2017*, v.23, n.5;
- Longley, Paul, Richard Webber e Chao Li (2006), “The UK geography of the e-society: A national classification”, *Centre for Advanced Spatial Awareness (UCL)*, London, University College London, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Lumsden, Karen e Heather Morgan (2017) “Media Framing of Trolling and Online Abuse: Silencing Strategies, Symbolic Violence and Victim Blaming”, *Journal Feminist Media Studies*, v.17, n.6;
- Luo, Wanying, Qi Xie e Urs Hengartner (2009), “FaceCloak: An architecture for user privacy on social networking sites”, comunicação apresentada na *International Conference on Computational Science and Engineering*, de 29-31 agosto, Vancouver;
- Luqman, Adeel *et al.* (2017), “Empirical investigation of Facebook discontinues usage intentions based on SOR paradigm”, *Computers in Human Behavior*, v.70;
- Lyotard, Jean François (1984) *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, University of Minnesota Press;

- Maier, Christian *et al.* (2012), "When social networking turns to social overload: Explaining the stress, emotional exhaustion, and quitting behavior from social network sites users", *European Conference on Information Systems (ECIS)*, Paper 71;
- Maier, Christian *et al.* (2014) "Giving too much social support: Social overload on social networking sites", *European Journal of Information Systems*, v.24, n.5;
- Maier, Christian *et al.* (2015), "The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: A study of Facebook use", *Information Systems Journal*, v.25, n.3, citado por Baldi, Vânia *et al.* (2018) (*Orgs.*), "Educação y comunicación mediada por las tecnologías: Tendencias y retos de investigación", *Colección Comunicación y Pensamiento*, s.l, Ediciones Egregius (1ª Edição);
- Mantilla, Karla (2015) *Gender trolling*, Westport, Connecticut: Praeger, citado por Lumsden, Karen e Heather Morgan (2017) "Media Framing of Trolling and Online Abuse: Silencing Strategies, Symbolic Violence and Victim Blaming", *Journal Feminist Media Studies*, v.17, n.6;
- Markus, Hazel e Shinobu Kitayama (1991), "Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation", *Psychological Review*, v.98, n.2;
- Marwick, Alice (2011), "If you don't like it, don't use it. It's that simple. ORLY?" (*Social Media Collective*), consultado em 26.02.20. Disponível em: <https://socialmediacollective.org/2011/08/11/if-you-dont-like-it-dont-use-it-its-that-simple-orly/>;
- Mavrcik, (2017), "The 2017 Facebook User-Generated Content Benchmark Report", consultado em 05.3.20. Disponível em: <https://info.mavrcik.co/facebook-user-generated-content-benchmark-report-q1-2017/>;
- Maxigas (2017), "Hackers against technology: Critique and recuperation in technological cycles", *Social Studies of Science*, v.47, n.6;
- Mayer-Schönberger, Viktor (2009), *Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age*, New Jersey, Princeton University Press;
- McLuhan, Marshall (1962), *A Galáxia de Gutenberg*, Toronto, University of Toronto Press;
- McQuail, Denis (1994), *Mass communication theory: An Introduction*, London, Sage;
- Mejias, Ulises (2013), "Off The Network - Disrupting the Digital World", *Electronic Mediations*, University of Minnesota Press, v.41;
- Melander, Lisa (2010), "College students perceptions of intimate partner cyber harassment", *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, v.13, citado por Woodlock, Delanie (2016), "The Abuse of Technology in Domestic Violence and Stalking", *Violence Against Women* 2017, v.23, n.5;
- Mendes, Manuela, Olga Magano e Pedro Candeia (2014) (*Orgs.*) *Estudo Nacional sobre as comunidades ciganas*, Observatório das Comunidades Ciganas, Lisboa, ACM, I.P;
- Morcelli, Rodrigo e Rodrigo Seabra (2014), "Inclusão digital e deficiência visual: análise do uso de ferramentas de comunicação pela Internet", *Informática na Educação: Teoria e Prática*, v.17, n.1;
- Morozov, Evgeny (2013), *To Save Everything, Click Here: Technology, Solutionism, and the Urge to Fix Problems that Don't Exist*, s.l, Penguin Books, citado por Kuntsman, Adi e Esperanza Miyake (2015), "Paradoxes of Digital dis/engagement: Final Report", Working Papers of the *Communities & Culture Network+*, v.6;
- Mullaney, Jamie (2006), *Everyone is not doing it: Abstinence and personal identity*, Chicago, IL: University of Chicago Press;
- Naim, Mohammad (2014), "Leveraging Social Media for Generation Y retention", *European Journal of Business and Management*, v.6, n.23;
- Nechaev, Yaroslav, Francesco Corcoglioniti e Claudio Giuliano (2017), "Concealing Interests of Passive Users in Social Media", *BlackMirror@ISWC 2017*;
- Negroponate, Nicholas (1996), *Ser Digital*, Barcelona, Ediciones B;
- Neves, Bárbara e Rita Rente (2017) "Não alinhados? Jovens não utilizadores de sites de redes sociais: uma abordagem weberiana", *Sociologia, Problemas e Práticas*, v.85;
- Newman, Nic *et al.* (2019), "Reuters Institute Digital News Report 2019", consultado em 01.03.20. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf;
- Newport, Cal (2019) *Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World*, s.l, Penguin Books;
- Nissenbaum, Helen (2011), "A Contextual Approach to Privacy Online", *Daedalus* v.140, n.4;
- Noonan, Kathleen (2011), "The power to switch off", *Courier Mail*, v.23;
- Norris, Pipa (2001), *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*, Cambridge, Cambridge University Press;
- Odell, Jenny (2019), *How To Do Nothing: Resisting the Attention Economy*, s.l, Melville house publishing;
- Olphert, Wendy e Leela Damodaran (2019), "Older People and Digital Disengagement: A Fourth Digital Divide?", *Gerontology*, v.59, n.6;
- Papacharissi, Zizi (2002), "The virtual sphere: the internet as a public sphere", *New Media and Society*, v.4, n.1, citado por Ferreira, Gil (2018), *Sociologia dos Novos Media*, Covilhã, LabCom.IFP;

- Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Passerino, Liliana e Sandra Montardo (2007), “Inclusão social via acessibilidade digital: Proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais”, comunicação apresentada no XI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino Americana de Comunicação, de 7 a 9 de maio, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas;
- Passerino, Liliana, Sandra Montardo e Arnoldo Benkenstein (2007), “Análise de Redes Sociais em Blogs de Pessoas com Necessidades Especiais” (PNE), *Novas Tecnologias na Educação*, v.5, n.2;
- Pierce, James (2012), “Undesigning Technology: Considering the Negation of Design by Design”, apresentado na sessão *Critical Perspectives on Design da CHI 2012*, de 5-10 de maio, Austin, Texas;
- Portwood-Stacer, Laura (2012), “Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention”, *New Media & Society*, v.15, n.7;
- Portwood-Stacer, Laura (2012), “Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention”, *New Media & Society*, v.15, n.7, citado por Karppi, Tero (2014), *Disconnect.Me: User Engagement and Facebook*, Tese de Doutorado, School of History, Culture and Arts Studies, University of Turku;
- Prakash, Sneha (2016), “Filter Bubble: How to Burst Your Filter Bubble”, *International Journal Of Engineering And Computer Science*, v.5, n.10, citado por Hidayah, Arina (2018), “Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, v.22, n.2;
- Prensky, Mark (2001) “Digital Natives, Digital Immigrants”, em *On the Horizon*, MCB University Press, v.9, n.5;
- "pós-verdade", em Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2020, consultado em 12.05.20. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/p%C3%B3s-verdade>;
- Putman, Robert (2000), *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon & Schuster;
- Queiroz, Luciana (2016), “Resenha de 24/7 – *Capitalismo tardio e os do sono*”, *ALEA: Estudos Neolatinos*, v.18, n.3;
- Radabaugh, Mary Pat (1993), “Study on the Financing of Assistive Technology Devices of Services for Individuals with Disabilities – A report to the presidente and the congress of the United States”, *National Council on Disability*;
- Ragu-Nathan, T.S et al. (2008), “The Consequences of Technostress for End Users in Organizations: Conceptual Development and Empirical Validation”, *Information Systems Research*, v.19, n.4;
- Raley, Rita (2009), *Tactical Media*, Minneapolis, London, University of Minnesota Press;
- Rauch, Jennifer (2011) “The origin of slow media: early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002–2010”, *Transformations Journal of Media & Culture*, v.20, citado por Woodstock, Louise (2014), “Media Resistance: Opportunities for Practice Theory and New Media Research”, *International Journal of Communication*, v.8;
- Ravindran, Thara, Alton Kuan e Dion Lian (2014), “Antecedents and effects of social network fatigue”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, v.65, n.11, citado por Zhang, Shuwei et al. (2016), “Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services”, *Information & Management*, v.53, n.7;
- Reisdorf, Bianca e Darja Groselj (2015) “Internet (non-)use types and motivational access: Implications for digital inequalities research”, *New Media & Society*, v.19, n.8;
- Ribak, Rivka e Michele Rosenthal (2015), “Smartphone resistance as media ambivalence”, *First Monday*, v.20, n.11;
- Ribeiro, João (2020), “Jonas Staal e Jan Fermon querem Coletivizar o Facebook e “desafia a dimensão criminosa da sua estrutura de propriedade”, (*Shifter*) consultado em 25.05.2020. Disponível em: <https://shifter.sapo.pt/2020/05/collectivize-facebook-pt/>;
- Rice, Ronald e James Katz (2003), *Comparing internet and mobile phone usage: digital divides of usage, adoption, and dropouts*, Telecommunications Policy, USA, Department of Communication, School of Communication, Information and Library Studies, Rutgers University;
- Rivera, Javier de (2013), “Book Review: Networks Without a Cause by Geert Lovink”, *InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies*, v.9, n.2;
- Robinson, John, Paul DiMaggio e Eszter Hargittai (2003), “New Social Survey Perspectives on the Digital Divide”, *IT and Society* v.1, n.5, citado por Van Deursen, Alexander e Ellen Helsper (2015b), “A nuanced understanding of Internet use and non-use amongst the elderly”, *European Journal of Communication*, v.30, n.2;
- Rodrigues, Sara (2012), *O impacto das redes sociais no relacionamento entre marcas e consumidores*, Projeto de Mestrado em Marketing, Lisboa, Business School, ISCTE;
- Rogers, Everett (1983) *Diffusion of innovations*, New York, The Free Press (3ª Edição), citado por Wyatt, Sally, Graham Thomas e Tiziana Terranova (2002), “They came, they surfed, they went back to the beach: conceptualizing use and non-use of the Internet” em Steve Woolgar (Org.), *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*, Oxford, Oxford University Press;

- Romero, Carlota, María del Amo e Miguel Borja (2011), “Do you have social profile? Users and Non-Users of Social Networking Sites in the Web 2.0”, *Review of Business Information Systems – Special Edition*, v.15, n.5;
- Ryan, Tracii e Sophia Xenos (2011), “Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage”, *Computers in Human Behavior*, v.27;
- Satchell, Christine e Paul Dourish (2009), “Beyond the user: use and non-use in HCI”, comunicação apresentada na *OZCHI 2009: Design: Open 24/7: 21st Annual Conference of the Australian Computer-Human Interaction Special Interest Group (CHISIG) of the Human Factors and Ergonomics Society of Australia (HFESA)*, de 23-27, The University of Melbourne, Melbourne;
- Scadding, Joe e Sarah Sweeney (2018), “Digital Exclusion in Gypsy and Traveller communities in the United Kingdom”, *Friends Families and Travellers: Report on Digital Inclusion in Gypsy and Traveller Communities*;
- Schoenebeck, Sarita (2014), “Giving up Twitter for Lent: How and Why We Take Breaks from Social Media”, comunicação apresentada no âmbito da *Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI’14)*, de 26 de abril a 1 de maio, Toronto;
- Sehnm, Alyne e Janaina Macke (2015), “Fatores Explicativos do Capital Social no Extremo Oeste Catarinense”, *Organizações & Sociedade*, v.22, n.74;
- Selwyn, Neil (2003), “Apart from technology: understanding people’s non-use of information and communication technologies in everyday life”, *Technology in Society*, v.25;
- Selwyn, Neil (2006), “Digital division or digital decision? A study of non-users and low-users of computers”, *Poetics*, v.34, n.4-5, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Selwyn, Neil, Stephen Gorard e John Furlong (2005), “Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non)Use of the Internet in Everyday Life”, *European Journal of Communication*, v.20, citado por Park, Sora, Catherine Middleton e Matthew Allen (2013), “Conceptualizing the (non) users of the Internet”, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, v.3;
- Sheldon, Kennon, Neetu Abad e Christian Hinsch (2011), “A Two-Process View of Facebook Use and Relatedness Need-Satisfaction: Disconnection Drives Use, and Connection Rewards It”, *Journal of Personality and Social Psychology*, v.100, n.4;
- Solon, Olivia (2017), “Ex-Facebook president Sean Parker: site made to exploit human “vulnerability”” (*The Guardian*), consultado em 17.04.2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/09/facebook-sean-parker-vulnerability-brain-psychology>;
- Spitzberg, Brian e William Cupach (2007), “The state of the art of stalking: Taking stock of the emerging literature”, *Aggression and Violent Behavior*, v.12, n.1, citado por Woodlock, Delanie (2016), “The Abuse of Technology in Domestic Violence and Stalking”, *Violence Against Women 2017*, v.23, n.5;
- Stieger, Stefan *et al.* (2012), “Who Commits Virtual Identity Suicide? Differences in Privacy Concerns, Internet Addiction, and Personality Between Facebook Users and Quitters”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, v.16, n.9;
- Syvetsen, Trine (2017), *Media Resistance: Protest, Dislike, Abstention*, Oslo, Palgrave Macmillan;
- Tolentino, Jia (2019), “The Age of Instagram Face” (*The New Yorker*), consultado em 23.05.20. Disponível em: <https://www.newyorker.com/culture/decade-in-review/the-age-of-instagram-face>;
- Tromholt, Morten (2016), “The Facebook Experiment: Quitting Facebook Leads to Higher Levels of Well-Being”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, v.19, n.11;
- Tsatsou, Panayiota (2019), “Digital Inclusion of People with Disabilities: A Qualitative Study of Intra-disability Diversity in the Digital Realm”, *Behaviour & Information Technology*;
- Tufekci, Zeynep (2008), “Grooming, gossiping, Facebook and Myspace” *Information, Communication & Society*, v.11, n.4;
- Turkle, Sherry (2011) *Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York, Basic Books;
- Turkle, Sherry (2011) *Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York, Basic Books, citado por Woodstock, Louise (2014), “Media Resistance: Opportunities for Practice Theory and New Media Research”, *International Journal of Communication*, v.8;
- Utz, Sonja e Camiel Beukeboom (2011), “The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.16;
- Valentini, Chiara e Dean Kruckeberg (2012), “New media versus social media: A conceptualization of their meanings, uses, and implications for public relations”, em Sandra Duhé (*Org.*), *New Media and Public Relations*, New York, Peter Lang;
- Van Deursen, Alexander e Ellen Helsper (2015). “The third-level digital divide: Who benefits most from being online?”, em Laura Robinson *et al.* (*Orgs.*), *Studies in Media and Communications: V.10 Communication and information technologies annual*, UK, Emerald Group;

- Van Deursen, Alexander e Ellen Helsper (2015b), “A nuanced understanding of Internet use and non-use amongst the elderly”, *European Journal of Communication*, v.30, n.2;
- Van Deursen, Alexander *et al.* (2017), “The Compoundness and Sequentiality of Digital Inequality”, *International Journal of Communication*, v.11;
- Van Dijck, José (2013) *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*, Oxford, New York, Oxford University Press, citado por Karppi, Tero (2014), *Disconnect.Me: User Engagement and Facebook*, Tese de Doutorado, School of History, Culture and Arts Studies, University of Turku;
- Van Dijck, Jan (2005), *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*, London, SAGE, citado por Reisdorf, Bianca e Darja Groselj (2015) “Internet (non-)use types and motivational access: Implications for digital inequalities research”, *New Media & Society*, v.19, n.8;
- Verdegem, Pieter e Pascal Verhoest (2009), “Profiling the non-user: Rethinking policy initiatives stimulating ICT acceptance”, *Telecommunications Policy*, v.33, n.10-11;
- Wagner, Rosana, Sandra Piovesan e Lisete Rodrigues (2013), “Acessibilidade em redes sociais: Em busca da inclusão digital no Facebook”, *Informática na Educação: Teoria e Prática*, Porto Alegre, v.16, n.2;
- Warschauer, Mark (2006), *Tecnologia e Inclusão Social: A exclusão digital em debate*, São Paulo, Senac;
- Wellman, Barry (2002), “Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism”, *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches* (p. 10-25), Springer-Verlag Berlin Heidelberg;
- Whittaker, Elizabeth e Robin Kowalski (2015), “Cyberbullying Via Social Media”, *Journal of School Violence*, v.14, n.1;
- Williams, Peter e Christian Henning (2015), “Optimising web site designs for people with learning disabilities”, *Journal of Research in Special Educational Needs*, v.15, n.1;
- Woodlock, Delanie (2016), “The Abuse of Technology in Domestic Violence and Stalking”, *Violence Against Women* 2017, v.23, n.5;
- Woodstock, Louise (2014), “Media Resistance: Opportunities for Practice Theory and New Media Research”, *International Journal of Communication*, v.8;
- Wyatt, Sally (2003), “Non-users also matter: The construction of users and non-users of the Internet”, em Nelly Oudshoorn e Trevor Pinch (Orgs.), *How users matter, the co-construction of users and technology*, London, MIT Press;
- Wyatt, Sally, Graham Thomas e Tiziana Terranova (2002), “They came, they surfed, they went back to the beach: conceptualizing use and non-use of the Internet” em Steve Woolgar (Org.), *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*, Oxford, Oxford University Press;
- Zanella, Diego (2014), “A origem do conceito de cosmopolitismo”, *HYPNOS*, v.32, n.1;
- Zhang, Shuwei *et al.* (2016), “Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services”, *Information & Management*, v.53, n.7;
- Zhao, Yuxiang *et al.* (2013), “Conceptualizing perceived affordances in social media interaction design”, *Aslib Proceedings*, v.65, n.3.

ANEXOS

Anexo A: Questões antecedentes à aplicação do guião de entrevista: *Já apagou o seu perfil em alguma rede social? Se sim, em qual/quais?; Quais os principais motivos que o/a levaram a tomar essa decisão? Enumere 3; O que alteraria no funcionamento e na dinâmica dessa(s) rede(s)? Enumere 3 aspetos; Em que outra(s) rede(s) social/sociais tem um perfil ativo?; Porque que razão continua a utilizar essa(s) rede(s)?; Quais os aspetos mais negativos das redes sociais? Enumere 3; Quais os aspetos mais positivos das redes sociais? Enumere 3.*

Anexo B: Processo e instrumentos de recolha de informação: *Inquérito por questionário* - Este instrumento quantitativo foi desenvolvido por elaboração própria, com recurso ao *Google Forms* e administrado no dia 17 de março de 2020, estendendo-se até ao dia 15 de abril de 2020, com o objetivo de atingir um maior número de pessoas num curto espaço de tempo. O inquérito foi partilhado através de uma estratégia de *networking* que abrangeu os vários círculos sociais da investigadora (pessoal, profissional e académico), maioritariamente difundido através do Facebook, LinkedIn e WhatsApp. Tendo em conta os objetivos da pesquisa, foram criados dois caminhos possíveis, consoante as respostas dos participantes: caso o participante respondesse sim à pergunta “*Tem conta ativa em plataformas de redes sociais?*” (obrigatória), seria automaticamente transportado para um conjunto de 15 perguntas sobre a perceção do não-uso e abandono de PRS; por outro lado, caso o participante respondesse negativamente à questão, tinha apenas de responder quanto à sua disponibilidade para participar num inquérito por entrevista, facultando de forma espontânea um contacto (que neste caso foi o endereço de e-mail). Apenas foram incluídas duas variáveis ao questionário (género e faixa etária), por ser considerado suficiente para a análise de um instrumento secundário. Durante o período de admissão, foram recebidas 170 respostas, das quais 162 válidas. Todos os participantes e potenciais participantes, foram alertados para o facto de, a qualquer momento, poderem suspender a sua participação, sendo esta uma investigação que garante o anonimato dos dados recolhidos, algo que foi devidamente explicado na introdução ao questionário. A análise estatística e descritiva de dados constitui o método selecionado para análise do questionário, em que as ferramentas analíticas do *Google Forms*, disponíveis aquando do encerramento da receção das respostas permitiram uma rápida interpretação dos dados recolhidos. Tendo em conta que este instrumento apenas serviu de base ao desenvolvimento do ponto 1.4 do Capítulo 3, uma análise extensiva com variações não se revelou prática e adaptada às necessidades do estudo; *Inquérito por entrevista* - Foram realizadas 20 entrevistas de orientação semiestruturada entre os dias 15 de abril de 2020 e 10 de maio de 2020. Para serem considerados *desconectados*, os participantes deveriam atender ao critério definido pela investigadora, reunindo o encaixe em todos os pontos: a) *ter desativado ou eliminado o perfil identificativo no Facebook e no Instagram*; b) Para além do abandono do Facebook e do Instagram, *teriam de ter desativado ou eliminado o perfil identificativo em pelo menos mais uma PRS da seguinte lista: Twitter, Youtube, LinkedIn, Snapchat e Tik Tok* (tanto

no ponto a) como no ponto b), por serem as plataformas mais relevantes e utilizadas no contexto digital português); c) *Em que o abandono tivesse ocorrido há pelo menos 3 meses*; d) *Por motivos voluntários ou involuntários*; e) *Em indivíduos com capacidades mínimas relevantes e comprovadas em termos de literacia digital*. Para testar o critério, antes da realização de cada entrevista, a investigadora realizou uma série de perguntas base que lhe permitiram considerar os 20 indivíduos da amostra (exemplo disso foi o rápido levantamento da profissão do indivíduo, das motivações do abandono, da sua posição perante o atual paradigma de comunicação em rede e do seu conhecimento em relação à apropriação e uso de tecnologias e media digitais). Apesar de algum detalhe na definição do critério, a investigadora procurou não o restringir demasiado, uma vez que um dos maiores desafios da investigação foi desde o primeiro dia a relevância e o tamanho da amostra. Na mesma medida, seria também importante assegurar alguma robustez teórica no critério, isto porque, um *desconectado* não poderá ser alguém que tenha eliminado ou desativado conta apenas numa ou duas PRS por um curto espaço de tempo, em forma de detox digital, por exemplo. Da totalidade de participantes, e atendendo ao critério de desconectado: seis indivíduos foram recrutados através da estratégia de *snowball sampling* proporcionada pelo questionário, sete dentro do *círculo social da investigadora* (pessoal, profissional e académico) e os restante sete através de nova estratégia de *snowball* e *networking*, favoravelmente propiciada pela interação com os primeiros sete participantes, ou seja, estes indivíduos estiveram disponíveis para facultar os contactos de alguns conhecidos e amigos que poderiam ser abrangidos pelo critério definido. O guião de entrevista incluía dez dimensões de análise (anexo C), num total de 30 questões (fora as variáveis idade, género, escolaridade, área profissional¹⁹ e residência). Todos os participantes se prestaram a assinar o documento que defendia o Consentimento Informado relativo ao âmbito, condições e participação do estudo. Relativamente à análise de dados, o método da análise temática através do software MAXQDA revelou-se a forma mais simples e eficaz de proceder a uma extração “limpa” da informação. Devido à atual conjuntura de confinamento e distanciamento social, a investigadora teve de optar por não realizar as entrevistas presencialmente, garantindo a sua segurança e a todos entrevistados, que apenas se mostraram recetivos com a possibilidade de responder às questões de uma forma mais informal, via Skype, WhatsApp, telefone ou até mesmo por e-mail. Cinco participantes responderam por Skype, três por via telefónica, quatro por WhatsApp e os restantes por e-mail. Sempre que possível, as entrevistas foram gravadas (com recurso a um microfone de outro dispositivo móvel) e transcritas (à exceção dos testemunhos via e-mail), sendo depois iniciado o processo de identificação de temas comuns, padrões de discurso relevantes e a consequente codificação no MAXQDA, que permitiu desde logo a elaboração de pequenos textos temáticos, com possibilidade de serem desenvolvidos. Durante as conversas com os participantes, existiu sempre a preocupação em apreender o máximo de pistas não verbais e outros indicadores paralinguísticos (voz ou entoação) para uma correta descodificação dos discursos. Em média, cada entrevista teve a duração de 40 minutos.

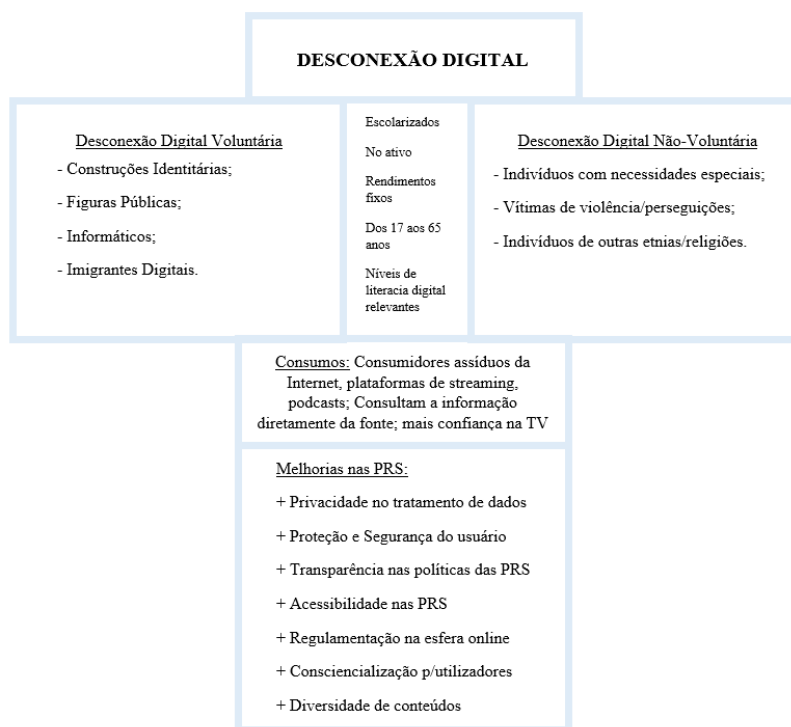
¹⁹ Nas primeiras entrevistas, os participantes sentiram-se mais à vontade apenas com a partilha da sua área profissional, pelo que acabou por ser estendida a todas as entrevistas, ao invés do levantamento da “profissão”.

Anexo C: Dimensões de análise de guião de entrevistas: *Enquadramento social e pessoal, posição face às redes sociais, motivações para o abandono, consequências da decisão, significado da desconexão, interações interpessoais e sociedade, consumos digitais, dinâmica das redes sociais, melhoria e estratégias de retenção nas redes sociais* e por fim, *satisfação global do indivíduo face ao fenómeno*

Anexo D: Tabela de resumo dos detalhes da descrição da amostra

Nome fictício	Idade	Género	Escolaridade	Área profissional	Residência (Distrito)
Sara	24	Feminino	Licenciatura	Marketing	Lisboa
Ana	17	Feminino	12º ano	A completar o Ensino Secundário	Faro
Raquel	33	Feminino	Mestrado	IT	Lisboa
Diogo	32	Masculino	Licenciatura	Engenharia Informática	Lisboa
Soraia	34	Feminino	Licenciatura	Entretenimento	Lisboa
João	29	Masculino	Doutoramento	Biologia	Faro
Mauro	54	Masculino	Licenciatura	Saúde	Faro
Sofia	31	Feminino	Licenciatura	Produção de conteúdos	Lisboa
Matilde	36	Feminino	Mestrado	Política	Lisboa
Sónia	23	Feminino	12º ano	Vendas	Lisboa
Pedro	18	Masculino	12º ano – Freq. Uni.	Arquitetura	Lisboa
Rafaela	28	Feminino	9º ano	Estética	Faro
Rita	57	Feminino	12º ano	Contabilidade	Faro
Adriana	38	Feminino	Licenciatura	Informação & Entretenimento	Lisboa
Flávia	34	Feminino	12º ano	Atendimento ao cliente	Faro
Paulo	26	Masculino	12º ano	Comércio	Lisboa
Aline	29	Feminino	Licenciatura	Turismo	Faro
Mariana	37	Feminino	Mestrado	Educação	Faro
Teresa	65	Feminino	12º ano	Administração	Faro
António	29	Masculino	Mestrado	Engenharia Informática	Porto

Anexo E: Modelo de Análise da investigação



Anexo F: Caracterização dos grupos de *desconectados* identificados

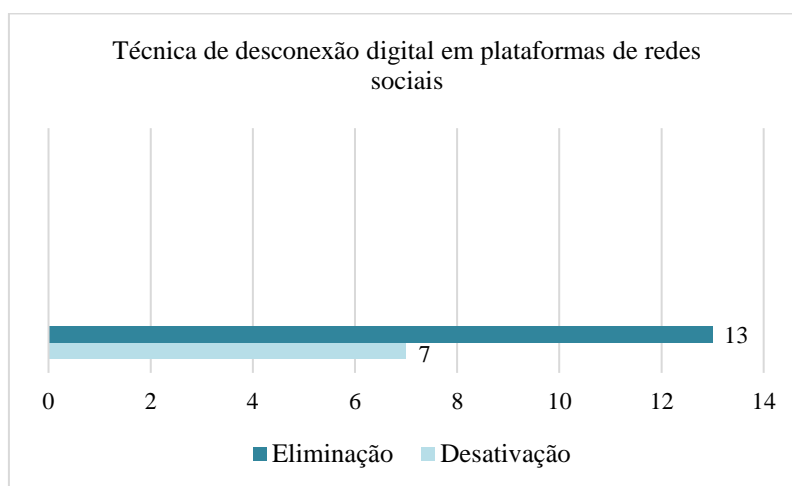
Motivações ²⁰	Grupo	Variáveis ²¹	Tipo desconexão
1, 2, 3, 4, 7	Construções Identitárias	Acesso, recursos, capacidades, ensino superior	Desconexão digital voluntária (permanente)
1, 2, 3, 6	Imigrantes Digitais	Acesso, recursos, capacidades, 12º como escolaridade mínima	Desconexão digital voluntária (permanente)
1, 2, 6	Figuras Públicas	Acesso, recursos, capacidades, ensino superior	Desconexão digital voluntária (permanente)
1, 2, 7	Informáticos	Acesso, recursos, capacidades, ensino superior	Desconexão digital voluntária (permanente)
1, 2, 3, 5, 6	Indivíduos com necessidades especiais	Acesso, recursos de infraestrutura variáveis,	Desconexão digital involuntária (temporária)

²⁰ De acordo com a numeração das motivações para o abandono identificadas no ponto 1.1 do Capítulo 3.

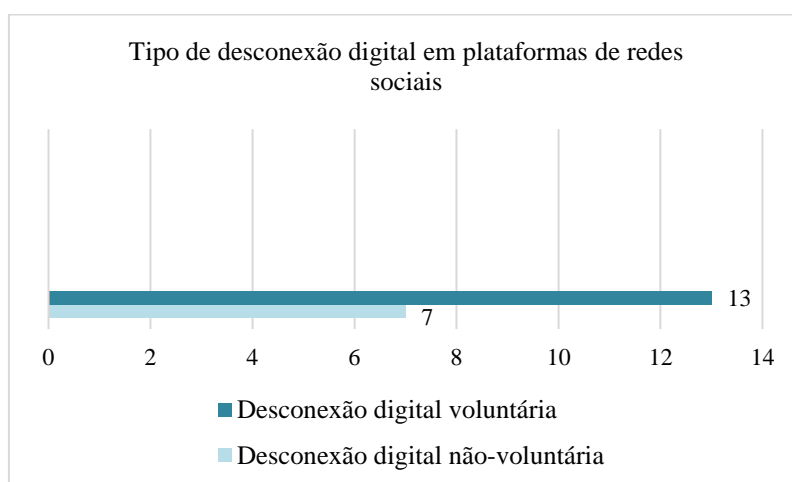
²¹ Variáveis exploradas apenas à luz do contexto e dados da investigação.

		capacidades variáveis, ensino superior	
1, 2, 6	Vítimas de violência/perseguições	Acesso, recursos, capacidades, 12º de escolaridade	Desconexão digital involuntária (temporária)
1, 2, 3, 6	Indivíduos de outras etnias/religiões	Acesso, recursos, capacidades variáveis, 12º como teto da escolaridade mínima	Desconexão digital involuntária (temporária)

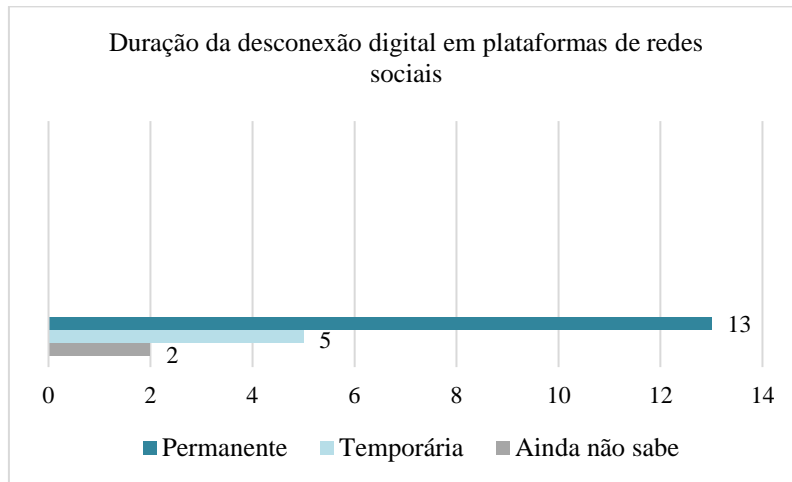
Anexo G: Técnica de desconexão digital em plataformas de redes sociais adotada pelos entrevistados



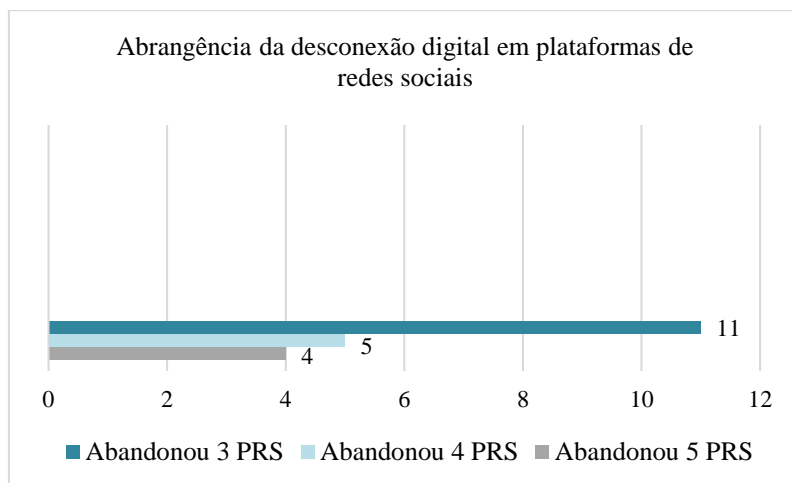
Anexo H: Tipo de desconexão digital em plataformas de redes sociais adotada pelos entrevistados



Anexo I: Duração da desconexão digital em plataformas de redes sociais da amostra



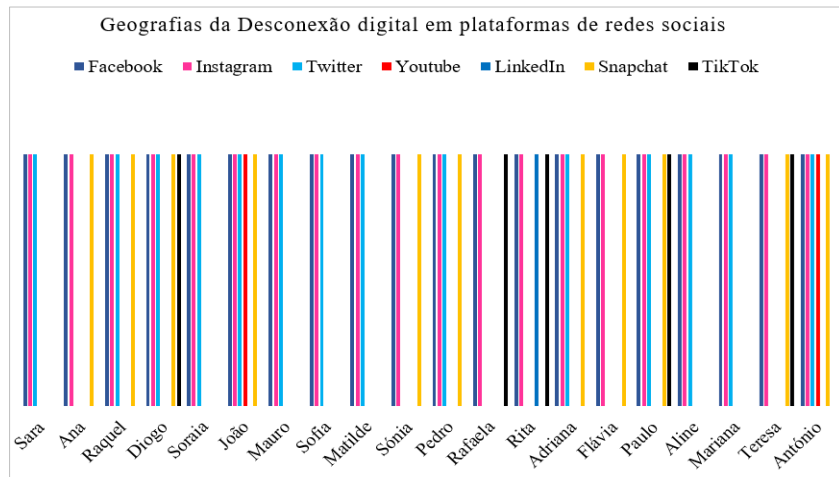
Anexo J: Abrangência da desconexão digital em plataformas de redes sociais da amostra



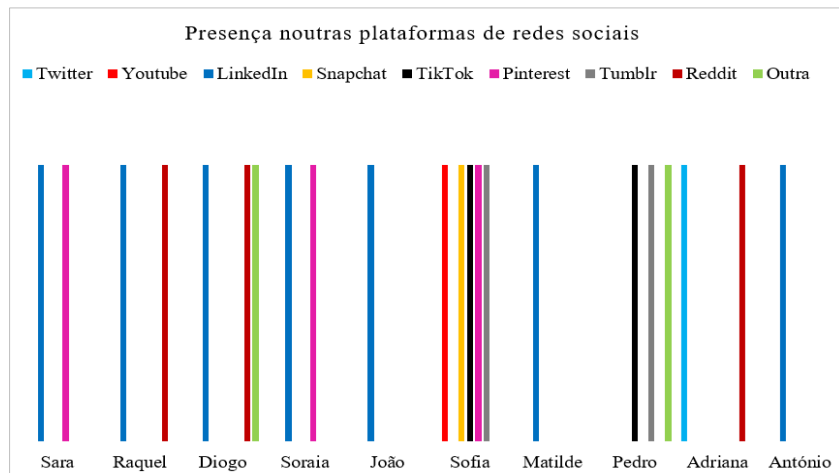
Anexo K: Profundidade da desconexão digital - Para medir a profundidade da posição dos *desconectados*, foi acrescentada a questão “Foi fácil sair das plataformas que abandonou?”, em que a resposta “não” foi codificada e associada à desconexão digital não-voluntária e a resposta “sim” à desconexão digital voluntária. Para os indivíduos numa posição de desconexão digital involuntária, o ato de sair foi considerado mais difícil do ponto de vista emocional, isto porque, tal como explica Dremljuga (2018), as PRS como o Facebook incentivam os usuários a permanecerem na plataforma, negociando com conteúdo alusivo a amigos e interações do passado. Com estes indivíduos, após o processo de desconexão, houve o instinto natural em aceder às plataformas, uma vez que é algo relacionado com o comportamento habitual dos músculos e da memória (Dremljuga, 2018). Apenas cinco indivíduos revelaram sentir falta das PRS das quais saíram, coincidindo também estes testemunhos com a posição de desconexão digital não-voluntária. De acordo com as respostas, as funcionalidades que mais fazem

falta dizem respeito aos conteúdos partilhados com familiares e amigos, algo verificado por Baumer *et al.*, (2015).

Anexo L: Geografias da desconexão digital da amostra em plataformas de redes sociais



Anexo M: Presença da amostra noutras plataformas de redes sociais



Anexo N: Regresso hipotético às PRS abandonadas - Atendendo ao atual contexto social, condicionado pela pandemia do Covid-19, foi incluída uma questão de última hora ao guião, pela sua pertinência, tendo como objetivo avaliar a necessidade de reincidência nas PRS abandonados pela amostra, perante num novo paradigma de confinamento e distanciamento social. Os participantes foram então questionados sobre o seu comportamento e eventual “vontade” ou “necessidade” em regressar às grandes plataformas como é o caso do Facebook ou do Instagram, para colmatar algum tipo de relacionamento ou atividades aos quais se viram privados. Apenas cinco entrevistados admitiram que, durante essa fase atípica, as PRS às quais tinham renunciado lhe faziam falta, na medida em que sentiam que faltava “um canal de entretenimento” e de um “lugar comum onde é mais fácil saber das iniciativas

e ações relacionadas com a pandemia”. Estes indivíduos admitiram que preencheram esta necessidade através dos perfis de familiares próximos. Os restantes participantes, por outro lado, revelaram que têm tido “mais tempo para si, para a família, para ouvir música, pintar, reconectar-se...”, numa espaço onde a maioria das PRS “não continuam a ter lugar...”, nas palavras de Teresa. No que diz respeito ao regresso, Dremljuga (2018) alerta que essa decisão está ligada às necessidades laborais ou de estudo, motivada pela partilha e cooperação que as PRS oferecem, mas também motivada pela pressão de indivíduos próximos – dois motivos relatados pela amostra. Salienta-se que a reversão da decisão de abandono está associada ao uso prévio de PRS, experiência de dependência percebida, questões de negociação dos limites sociais (como a privacidade), o uso de outras PRS e a reação dos amigos e indivíduos próximos ao decisão de saída (Baumer *et al.*, 2015).

Anexo O: Levantamento das perceções face à desconexão digital

Autoperceção: Indo ao encontro do estudo de Neves & Rente (2017), onde alguns jovens não-utilizadores de PRS se retratavam como “rebeldes”, “diferentes”, “adeptos de outros estilos de vida e identidades específicas”, “cromos” ou “hipsters”, esta investigação também fez o levantamento da autoperceção destes *desconectados*, no qual as palavras “diferente”, “alternativo”, “estranho”, “antissocial” e “antiquado” foram as mais usadas pelos próprios entrevistados. Ao contrário do que foi percebido junto dos utilizadores de PRS (amostra quantitativa), Portwood-Stacer (2012) descreve que alguns resistentes de PRS descrevem a pressão constante para se juntarem às redes ou até reclamações, raiva e ostracismo de amigos e familiares. Por outro lado, alguns divertem-se com a diferença face ao *mainstream*, vendo-a como uma marca de distinção, gosto superior e identificação com um estrato social de elite, algo verificado nos entrevistados apenas na questão da “diversão com a diferença”; *Desconexão como um alerta:* À pergunta “É, para si, um sinal de alerta o facto de alguém não ter conta nas principais redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Instagram?”, 72,6% das repostas afirmaram que “não”, enquanto que 27,4% dos inquiridos responderam afirmativamente, invocando a justificação “Pode existir outro fator social ou pessoal que impossibilite a presença nas redes sociais”, com 69% das respostas; 11% dos inquiridos equacionam a existência de “distúrbios sociais” como base para um não-uso problemático, sendo que 9,5% optou por identificar os eventuais “problemas de acessibilidade” como sinal de alerta. Apenas 2,4% dos inquiridos admitiu a possibilidade de diferentes “lifestyles” (como resultado da seleção da opção “outra”); *Classificação:* Apesar da visão acima descrita, 18,6% dos utilizadores de PRS inquiridos classificou um não-utilizador de PRS com a palavra “interessante”, seguido de “desligado” com 16,6%, e “estranho” com 11% das respostas; *Confiança:* Confrontados com a questão “Confiaria em alguém sem presença nas redes sociais digitais?”, 68,5% dos inquiridos optou pela resposta “Sim. É uma opção como outra qualquer.”; 24,7% responderam “Se for meu familiar ou amigo, claro”, enquanto que apenas 6,8% responderam “Não. É algo estranho”; *Aceitação laboral:* À pergunta “Contrataria alguém sem presença nas redes sociais digitais?”, 78,8% dos inquiridos respondeu afirmativamente, enquanto que as respostas negativas somaram 21,2% das

respostas; *Vantagem e desvantagens percebidas*: A maioria dos inquiridos (54,8%) admitiram existir vantagens (mais tempo, menos ecrãs, menos dependência e mais qualidade de vida) e desvantagens (menos relações e conexões, menos oportunidades e menos informação) nesta decisão de abandono e não utilização de PRS no futuro. 24% respondeu que a não-utilização é uma desvantagem e 21,2%, por outro lado, encara esta posição como uma vantagem; *Necessidade de PRS*: A questão “*Considera que todas as pessoas deveriam possuir uma conta no Facebook, no Twitter e no Instagram?*” desencadeou 61,6% de respostas negativas. 21,2% considerou a opção “*talvez*”, sendo que apenas 17,1% dos inquiridos respondeu “*sim*”; *Felicidade percebida*: Questionados sobre os hipotéticos sentimentos de felicidade gerados pela opção de desconectar das PRS, 73,3% dos inquiridos respondeu que “*talvez*” estes indivíduos sejam mais felizes. 19,2% considera que “*não*” existe uma ligação, sendo que apenas 7,5% considerou que estes indivíduos são mais felizes e satisfeitos com a vida em geral.

- A aplicação do questionário aos utilizadores de PRS permitiu também compreender e descodificar algumas preocupações, constrangimentos e escolhas destes face às redes sociais digitais, para além das perceções sobre os não-utilizadores e desistentes, questões que poderão antever comportamentos futuros e hipotéticos dos utilizadores nesta matéria. *Satisfação com as PRS*: À pergunta “*Está satisfeito/a com as funcionalidades e com o desenho atual da dinâmica das redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Instagram?*” 78,1% dos inquiridos respondeu “*sim*”, com apenas 21,9% das respostas negativas em que se obtiveram 33 respostas breves relacionadas com o que estes indivíduos alterariam nas PRS (as quais contribuiriam também para a formulação das propostas de retenção do capítulo 5); *Saída hipotética e influência social*: Confrontados com a questão “*Já pensou em eliminar de forma definitiva a sua presença nas redes sociais?*”, 61,3% das respostas foram negativas, face a 38,7% de respostas positivas, o que poderá ser um indício de que este é um pensamento mais comum, compreendido e emergente na sociedade, no qual a influência social detém grande impacto, ou não houvesse 63,7% dos inquiridos que conhece alguém que tenha saído de PRS, o que vai ao encontro das formulações de Baumer *et al.* (2013), que descobriram que, na sua amostra, os indivíduos que conheciam alguém com conta desativada ou eliminada, eram três vezes mais propensos a replicar esse comportamento por via da influência social; *Motivações para uma saída hipotética*: Questões de “*privacidade e segurança*” (52,1%), “*saúde mental e vício*” (17,8%) e “*caso amigos e familiares saíssem também*” (15,1%) representam as três motivações que levariam estes utilizadores a abandonar PRS em que estão presentes. Tendo em conta os resultados acima descritos, ficou percebido que, cada vez mais, a opção de desconexão digital, parece ser mais compreendida pela sociedade (e suportada em alguns casos), ainda que a norma verificada valide a utilização da PRS como o natural caminho social a tomar por parte dos indivíduos. Dremljuga (2018) destaca que o uso não é apenas habitual, mas quase obrigatório para a manutenção do capital social. Por consequência, o autor explica que os indivíduos que optam por sair ainda estão sujeitos a generalizações, como se não a sua decisão fosse porque não compreendem o

funcionamento destas plataformas, ou por não terem acesso à infraestrutura. O autor evidencia que há casos em que os desistentes acabam por culpar o seu caráter pela frustração vivida nas PRS, ao invés da dinâmica das próprias plataformas, algo motivado pela acusação e pressão de alguns utilizadores, que fazem com que estes se questionem sobre a forma problemática com que encaram as PRS. Este sentimento é abordado por Schoenebeck (2014), que explica que dado que o indivíduo estigmatizado na sociedade adquire padrões de identidade que ele aplica a si mesmo, apesar de não lhes obedecer, é inevitável que ele sinta alguma ambivalência em relação a si próprio. No que toca aos relacionamentos e amizades, Portwood-Stacer (2012) sublinha que a decisão pessoal ou política de não participar pode ser interpretada pelos amigos e conexões próximas como uma decisão social de não interagir com eles. Isto ocorre porque a desconexão digital é patenteada por Atkinson & Hardey (2018) como um ato de que reflete um conjunto de comportamentos que representam distanciamento - e que, portanto, obrigam a família e amigos a repensar as suas dimensões da vida social, reconhecendo as interdependências crescentes entre manifestações mediadas e as TIC que representam a socialidade. Portwood-Stacer (2012) chega à conclusão que os amigos destes indivíduos não apoiariam a decisão de saída por motivos políticos (contra as políticas das plataformas ou na sequência do apoio a polémicas de segurança como o *WikiLeaks*), sendo que aceitariam uma saída motivada por razões pessoais (como uma forma de evitar um ex-companheiro depois de o fim de uma relação, por exemplo). Face a isto, o estudo de Franks, Chenhall & Keogh (2018) concluiu que os não-utilizadores desistentes de PRS, após a saída, desenvolvem a necessidade de tranquilizar as suas conexões sociais de que vão permanecer socialmente incluídos (e disponíveis através de outros canais), algo que se verificou junto da amostra. O modelo de suporte das conexões após o abandono (Franks, Chenhall & Keogh, 2018) inclui *lembrar* o porquê da saída, *tranquilizar* as relações e *realizar* a “promessa” de comunicação noutros canais, tal como foi verificado no ponto 1.3 do Capítulo 3. Por último, importa destacar que os participantes das faixas etárias acima dos 50 anos estranham mais a não-utilização de PRS (vendo a desconexão digital como um alerta) comparativamente aos mais novos, podendo isto justificar-se pelo facto da presença nestas plataformas ser uma condição inerente à vivência dos mais jovens.

Anexo P: Atualizações recentes no desenho de interação de plataformas de redes sociais: O “*quiet mode*” que silencia as notificações, a possibilidade de download dos dados do usuário, o lembrete para o tempo de uso definido pelo utilizador, o *privacy check-up* em modo infográfico com sugestões de gestão da privacidade, a maior transparência perante as políticas de dados, o centro de prevenção de bullying em parceria com o Yale Center for Emotional Intelligence, a definição de padrões da comunidade (uma espécie de manual de boas práticas) para defender a autenticidade, a segurança, a privacidade e a dignidade dos usuários e a parceria de fact-checking com a Reuters são algumas das ferramentas que fazem a diferença e que estavam em falta no Facebook. No caso do Instagram, a título de exemplo para a atualização do desenho da interação, existe já um *filtro manual para ocultar palavras específicas* e uma *parceria com o Cyber Civil Rights Initiative, um centro de denúncias e a Without My*

Consent para o aconselhamento em situações de violação de direitos ou agressões. Já o Twitter permite o silenciamento de palavras, a marcação de conteúdo sensível, e disponibiliza um manual que permite guiar os utilizadores caso estejam a lidar com as temáticas da automutilação e suicídio (algo que acontece noutras PRS), possuindo também ferramentas de acessibilidade sólidas. Posto isto, é possível referir, que mais do que nunca, as PRS, têm vindo a adaptar-se às necessidades dos utilizadores, trabalhando cada vez mais para um clima de segurança e transparência online.



Curriculum vitae

INFORMAÇÃO PESSOAL

Joana Pinheiro Rodrigues



📍 Rua João da Silva, 6, 3ºD, 1900-271 Lisboa (Portugal)

☎ +351919806309

✉ joanarodrigues9a@gmail.com

🌐 <http://joanarodrigues9a.wixsite.com/myport> <https://www.linkedin.com/in/joana-pinheiro-rodrigues-299451144>

Sexo Feminino | Data de nascimento 15/04/1996 | Nacionalidade Portuguesa

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

06/2014–08/2014

Promotora & Hostess

Per Si-Marketing e Merchandising, Lda., Faro (Portugal)

- Ativações de marca e brand awareness;
- Embaixadora de marca;
- Contacto com o público.

15/06/2016–15/12/2016

Sales Specialist

ZT TWO IMAGE- Comércio de Calçado, S.A. (ALDO), Faro (Portugal)

- Atendimento personalizado;
- Vendas;
- Visual Merchandising;
- Formação na área da produção de calçado;
- Shopping Adviser.

06/03/2017–06/06/2017

Jornalista Estagiária - Estágio Curricular

Cofina Media, Sgps, S.a. (Revista Máxima), Lisboa (Portugal)

- Redação de notícias de atualidade (secção online) sobre as temáticas desenvolvidas pela publicação;
- Pesquisa e tratamento da informação de acordo com o âmbito editorial da revista (comunicados de imprensa e afins);
- Cobertura de eventos e apresentações na área da Moda, Beleza e do Lifestyle;
- Realização de conteúdos para a Máxima TV;
- Produção e acompanhamento de entrevistas;
- Gestão de redes sociais.

17/07/2017–20/12/2019

PR & Brand Consultant

Treasurecode - Consultoria de Gestão Lda - Companhia das Soluções, Lisboa (Portugal)

- Planeamento, criação, aconselhamento e execução de estratégias de comunicação direcionadas segundo os objetivos de cada cliente;
- Organização e coordenação de eventos ligados à área da Moda;
- Representação e promoção das marcas trabalhadas junto dos principais órgãos de comunicação (nacional e internacionalmente);
- Coordenação da carteira de clientes (Chloé Eyewear, Salvatore Ferragamo Eyewear, Calvin Klein Eyewear, Swarovski, Silvan Heach, Giovanni Galli, Lion of Porches, entre outros)
- Apoio no tratamento e gestão da imagem das marcas da empresa;
- Criação de conteúdos promocionais para cada marca (press releases e afins);
- Contacto constante com figuras públicas e influenciadores das mais variadas áreas;
- Monitorização de redes sociais e clipping.

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

2011–2014	Nível Secundário de Educação Escola Secundária João de Deus, Faro (Portugal) Área de Ensino: Línguas e Humanidades	Nível 3 QRQ
14/09/2014–12/06/2017	Licenciatura em Ciências da Comunicação Universidade do Algarve - Escola Superior de Educação e Comunicação, Faro (Portugal) Psicologia da Comunicação, Relações Públicas, Ética e Deontologia dos Media, Planeamento e Organização de Eventos, Jornalismo Televisivo, Multimédia, Cultura Literária, Expressões Artísticas e Contemporâneas (...)	Nível 6 QRQ
24/09/2018–Presente	Mestrado em Gestão de Novos Media ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa (Portugal) Dinâmicas Sociais da Internet, Empreendedorismo em Media, Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media, Narrativas Digitais e Entretenimento Transmedia, Linguagens Digitais, Economia e Sistema dos Media, Gestão de Redes Sociais e Audiências, Gestão Estratégica de Recursos Humanos nos Media, Informação Financeira e Tomada de Decisões, Análise de Conteúdo com Programas Informáticos, Jornalismo de Dados. Tema da Dissertação: "Desconectados - Indivíduos que saíram de plataformas de redes sociais: Motivações, Perfis e Estratégias de Retenção"	Nível 7 QRQ

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna português

Línguas estrangeiras

	COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
	Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
espanhol	A2	A2	A2	A2	A2
francês	A1	A1	A1	A1	A1
inglês	B2	B2	B2	B2	B2

Níveis: A1 e A2: Utilizador básico - B1 e B2: Utilizador independente - C1 e C2: Utilizador avançado
 Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas - [Grilha de auto-avaliação](#)

Competências de comunicação	- Boa ouvinte; - Preocupação com a leitura das mensagens não-verbais; - Discurso assertivo; - Postura amigável; - Empatia; - Facilidade em estabelecer contactos; - Facilidade em comunicar em outras línguas.
Competências de organização	- Boa capacidade de organização e coordenação adquirida pelo planeamento de vários eventos no seio da comunidade académica ligados ao mundo da fotografia; - Competências de coordenação e organização adquiridas pela experiência de trabalho em assessoria de imprensa e gestão de carteira de clientes; - Gestão de tempo.
Competências relacionadas com o trabalho	- Capacidade de iniciativa e de autonomia; - Rigor e responsabilidade; - Cumprimento da ética e deontologia do trabalhador;

- Adaptação a diferentes circunstâncias e a diferentes cargos;
- Fácil e rápida aprendizagem;
- Multitasking;
- Criatividade;
- Atenção do detalhe;
- Gosto pelo trabalho em equipa;
- Problem solving;
- Análise de tendências;
- Estratégia de conteúdo;
- Gestão de expectativas;
- Gosto em adquirir conhecimento.

Competências digitais

AUTOAVALIAÇÃO				
Processamento de informação	Comunicação	Criação de conteúdos	Segurança	Resolução de problemas
Utilizador independente	Utilizador avançado	Utilizador independente	Utilizador independente	Utilizador independente

Competências digitais - Grelha de auto-avaliação

Google Atelier Digital Google Analytics para Iniciantes - Google Analytics Academy

- Domínio MS Office, E-mail, Redes Sociais, Ferramentas de Gestão de Redes Sociais, Blogues, Infográficos, (...);
- Bons conhecimentos ao nível dos programas de tratamento e criação de imagem (Photoshop, Wix, Canva e outros);
- Noções em SEO e SEM;
- Conhecimentos consolidados através de Unidades Curriculares académicas centradas na área da Informática e Tecnologias em Comunicação;
- Desenvolvimento e progressão ao nível das competências informáticas resultado da experiência curricular enquanto Jornalista de online na Revista Máxima e da experiência como PR & Brand Consultant.

Outras competências

- Atitude positiva face aos desafios inerentes do setor;
- Resiliência;
- Potencial de aprendizagem.

Carta de Condução

B

INFORMAÇÃO ADICIONAL

Projetos

- Participação no *Projeto Comenius* em 2012 a nível europeu (França) que permitiu o desenvolvimento de capacidades ligadas à comunicação e ao ensinamento de novas línguas. Âmbito do ensino secundário;
- Organização do *Workshop «Criatividade Fotográfica na Comunicação»* para a comunidade académica com oração do ex-responsável pelo departamento das TIC na *ONU*, Sérgio da Silva. Âmbito do ensino superior;
- Organização e produção do trabalho fotográfico *«Beauty Lines»*, com exposição no Museu Municipal de Faro (7/12/2016 a 01/01/2017) em contexto da UC de Organização e Planeamento de Eventos (Licenciatura);
- Criadora do Blogue fotográfico *«Somewhere, Someone»*

<http://somewherebyjoana.wixsite.com/project>.

- Distinções e prémios**
- Membro vencedor dos *Green Project Awards 2013 (Projeto 80)* a nível nacional, permitindo o desenvolvimento de capacidades ligadas ao trabalho em equipa, espírito de iniciativa, empreendedorismo e defesa de projetos. Âmbito do ensino secundário;
 - Diploma de Mérito Académico 2014 - Agrupamento de Escolas João de Deus-Faro.
- Publicações**
- Participação escrita na revista académica da Universidade do Algarve, Mundo Contemporâneo, 2015 na secção Moda e Beleza.
- Seminários**
- Participação nas IV Jornadas de Comunicação 2016 da UALG (Jornalismo no contexto Ibérico) com especial foco para o *Workshop «Os media sociais»* com orientação de María Gormaz e Mercedes Zamorra (Universidade Complutense de Madrid);
 - Presença na 9ª Conferência da Marketeer com a temática "Customer Experience/ Customer Journey" em outubro de 2017;
 - Seminário "Decifrar Pessoas" com oração de Alexandre Monteiro (setembro de 2017);
 - Formação Social Media Companhia das Soluções (fevereiro de 2018).