



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Desconexão digital: fatores que a influenciam e desigualdades sociais

Filipa Fernandes Neto

Mestrado em Sociologia

Orientador:

Doutor Nuno Filipe Pombo Soares Nunes, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Ana Margarida Ferreira Rato Jorge, Investigadora
Coordenadora CICANT, Professora Associada,
ECATI Universidade Lusófona

Outubro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Desconexão digital: fatores que a influenciam e desigualdades sociais

Filipa Fernandes Neto

Mestrado em Sociologia

Orientador:

Doutor Nuno Filipe Pombo Soares Nunes, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Ana Margarida Ferreira Rato Jorge, Investigadora
Coordenadora CICANT, Professora Associada,
ECATI Universidade Lusófona

Outubro, 2023

“E se as ferrovias não forem construídas, como chegaremos a tempo ao céu?”

- Henry David Thoreau, em *Walden ou a Vida nos Bosques*

Agradecimento

“Diego não conhecia o mar. O pai, Santiago Kovadloff, levou-o a vê-lo.

Foram para o Sul.

Ele, o mar, estava para lá das dunas altas, à espera.

Quando o menino e o pai chegaram, finalmente, àqueles cumes de areia, depois de muito caminharem, o mar explodiu-lhes diante dos olhos. E era tal a imensidão do mar e o seu fulgor, que o menino emudeceu de formosura.

Quando enfim consegui falar, trémulo, gaguejante, pedi ao pai:

- *Ajuda-me a olhar!*”

- Eduardo Galeano, em *O livro dos abraços*

A todos os que me ajudaram a olhar:

À professora Ana Jorge, que desde que a conheci foi mentora e exemplo a seguir.

Ao professor Nuno Nunes, por me apresentar ao estudo das desigualdades.

Aos dois, agradeço a dedicação com que abraçaram esta tese.

À minha família, por serem casa e colo, e me compreenderem nos momentos de cansaço e insegurança.

Aos meus amigos, por ouvirem as minhas dúvidas sem nunca duvidarem do caminho que traçava.

A todos, obrigada por perceberem quando não consigo responder a mensagens, estar presente nas redes sociais ou responder nos chats de grupos, mas afinal a minha desconexão do mundo digital deu frutos :)

Resumo

Numa sociedade marcada pela ubiquidade tecnológica (Nguyen et al., 2022), por valores de conexão, conectividade (van Dijk, 2013) e disponibilidade constantes (Jorge, 2019; Lindgren, 2017), a desconexão digital passa a ser uma necessidade - para lidar com os estímulos info-comunicacionais sempre presentes, e para poder tirar sentido da própria experiência no digital (Kania-Lundholm, 2021). O termo *digital divide* foi dos primeiros utilizados para caracterizar a divisão entre aqueles que tinham, ou não, acesso às tecnologias digitais, e que mais tarde evoluiu para incluir gradações relativas às competências para se estar no digital e aos resultados que dele se obtinham (Ragnedda e Ruiu, 2017; van Dijk, 2020).

A experiência com os media digitais é influenciada por fatores socio-demográficos, e por outros, como as pressões para estar conectado, de amigos ou do trabalho, ou a percepção de uso excessivo (Gui e Büchi, 2021; Nguyen et al., 2022). Esta dissertação implementou um inquérito por questionário para explorar os fatores que condicionam a desconexão, com uma amostra de 1524 indivíduos. Os principais resultados indicam que as mulheres e as pessoas com ensino superior preferem a estratégia “em aplicações de mensagens desativo as notificações no chat de grupo” (técnica) para desconectar, as pessoas mais velhas preferem a estratégia pessoal e as pessoas casadas ou em coabitação com filhos de 7-17 anos preferem a estratégia social. Esta é que aquela em que as pessoas afirmam sentir mais resultados ao nível do bem-estar com a desconexão. A maior pressão para estar conectado vem do trabalho.

Palavras-chave: desconexão, bem-estar digital, desigualdades, *digital divide*.

Abstract

In a society marked by technological ubiquity (Nguyen et al., 2022), by values of permanent connection, connectivity (van Dijk, 2013) and availability (Jorge, 2019; Lindgren, 2017), digital disconnection becomes a necessity, to deal with the info-communicational stimuli, and a means by which one can make sense of the digital experience (Kania-Lundholm, 2021). The term “digital divide” was amongst the first used to describe the division between those who had, or not, access to digital technologies, and that later came to include degrees related to the skills to be in the digital world and the results that one could obtain from it (Ragnedda e Ruiu, 2017; van Dijk, 2020).

The digital media experience can be influenced by socio-demographic factors, as well as others related with the pressure to be online, from peers or work, or with the perception that one is using digital media in excess (Gui e Büchi, 2021; Nguyen et al., 2022). This dissertation implemented a survey questionnaire to explore which factors condition disconnection, among a sample of 1524 individuals. The main results show that women and people with a university degree prefer to disconnect by “in messaging apps deactivating group notifications” (technical), older people prefer the personal strategy, and married people or people who live together with children aged 7-17 prefer the social strategy. The social strategy is the one that yields the best results due to disconnection, well-being wise. People feel more pressure to be connected from work.

Keywords: disconnection, digital well-being, inequalities, digital divide.

Índice

AGRADECIMENTO	III
RESUMO	V
ABSTRACT	VIII
ÍNDICE	IX
INTRODUÇÃO	1
1. CAPÍTULO ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
1.1. Desconexão de quê? Tecnologia e sociedade digital	3
1.1.1. Tecnologia e pessoas	4
1.1.2. Tecnologia e sociedade	4
1.2. Desigualdades	6
1.2.1. Desigualdades digitais	7
1.3. Bem-estar	9
1.3.1. Bem-estar digital	9
1.4. Desconexão	11
1.4.1. A metáfora da porta	12
1.4.2. Tipos de desconexão	13
1.4.3. Motivações para a desconexão	13
1.5. Bourdieu como uma lente possível para relacionar desigualdades digitais, desconexão e bem-estar	14
2. CAPÍTULO MÉTODOS	16
2.1. Objetivo da investigação	16
2.2. Modelo de análise	16
2.3. Conceitos e indicadores	17
2.4. Recolha de dados	20
2.5. População e amostra	20
2.6. Análise de dados	21
3. CAPÍTULO RESULTADOS	22
3.1. Análise descritiva	22
3.1.1. Fatores de retração	22
3.1.2. Pressão	22
3.1.3. Usos	22
3.1.4. Motivações	23
3.1.5. Perceção de uso excessivo	23
3.1.6. Resultados da desconexão (bem-estar)	24
3.2. Tendências	24
3.2.1. Smartphone, <i>streaming</i> e redes sociais	24

3.2.2.	Amigos e Família	24
3.2.3.	Privacidade	25
3.2.4.	Trabalho	25
3.2.5.	<i>Overload</i>	25
3.3.	Análise bivariada.....	26
3.3.1.	Fatores de retração	26
3.3.2.	Pressão (percepção de normas)	28
3.3.3.	Usos (aparelhos, conteúdos, aplicações e redes sociais).....	29
3.3.4.	Motivações	30
3.3.5.	Percepção de uso excessivo	31
3.3.6.	Bem-estar (resultados)	32
3.4.	Desconexão e desigualdades	32
4.	CAPÍTULO CONCLUSÕES	36
4.1.	Limitações da pesquisa e investigação futura	39
	Referências Bibliográficas	40
	ANEXOS	44
	Anexo 1: Caracterização da amostra (n=1524).....	44
	Anexo 3: Caracterização do uso (Q1, Q2, Q3, Q4) dos grupos que mais usam estratégias de desconexão	49
	Anexo 4: Questionário	51

Introdução

No ensaio “Lições de um ano de covid” publicado no Expresso, Yuval Noah Harari faz um balanço do primeiro ano da covid-19. Entre outros pontos, clarifica a importância que tiveram as tecnologias de informação e de comunicação: graças a elas foi possível monitorizar cadeias de transmissão, manter o comércio global e os serviços a funcionar e fazer confinamentos alargados, nos países desenvolvidos. Esta passagem para o digital trouxe também novos desafios, a começar pelos efeitos mentais (Harari, 2021).

Um sinal disso mesmo é a necessidade, apontada em 2021 pelo Parlamento Europeu, de uma lei que proteja o direito dos trabalhadores se poderem recusar a atender chamadas, responder emails ou outras tarefas digitais, fora do horário laboral (*«Right to disconnect» should be a an EU-wide fundamental right, MEPs say, 2021*). Exemplos deste direito à desconexão já surgiram em França, em Itália – com uma lei que estabelece uma divisão mais rígida entre os momentos de trabalho e de lazer (Goodman, 2023), ou em Portugal – onde o número 1, do artigo 170º da Lei nº83/2021 de 6 de dezembro, que protege o horário de trabalho, de descanso e de repouso das pessoas em regime de teletrabalho.

Não é por isso de estranhar que surja um Global Day of Unplugging Day, com o objetivo de desligar das tecnologias para perceber que papel é que elas têm na vida e encontrar melhores formas de gerir esse papel para que os seus benefícios sejam mais bem aproveitados. Ou que as noções de desconexão e de *detox* digital tenham entrado no imaginário popular (Karppi et al., 2021), que surjam formas de desconexão digital ou que se multipliquem estudos sobre ‘desintoxicação’ digital, sobre a abstenção ou o não-uso, sobre a recusa mediática ou a não participação (Fast et al., 2021).

Os primeiros estudos sobre a desconexão analisaram-na através do prisma dos comportamentos desviantes, como algo que era contrário ou diferente do dito “normal” (Kania-Lundholm, 2021; van Dijk, 2020). Depois, surgiram as primeiras teorias sobre a divisão digital. Divisão essa que se estabelecia entre as pessoas que tinham e que não tinham acesso ao digital (que é o mesmo que dizer entre as pessoas que estavam conectadas ou não), passando mais tarde esta teoria binária - de ter ou não ter - a incorporar gradações que dependiam de fatores como a motivação, o acesso físico, as competências para usar e os resultados que culminavam desse (não) uso e que podia levar à exclusão social (Reisdorf e Grosej, 2017; van Dijk, 2020).

Outras perspetivas descrevem a desconexão não como uma forma de resistir às exigências da conectividade permanente, mas, pelo contrário, como “uma forma de reproduzir e sustentar a ordem social que está cada vez mais construída sobre a tecnologia digital” (Kaun, 2021, p. 1574). De forma mais geral, a desconexão é vista como uma resposta à omnipresença dos media digitais, que trazem consigo a cultura do estar disponível a qualquer momento, em qualquer lugar (Nguyen et al., 2022). Daí que, hoje, até as empresas de tecnologia e de media sejam obrigadas a encontrar respostas para a desconexão e as pessoas encorajadas a criar espaços ou momentos sem as tecnologias digitais (Fast et al., 2021).

Esta necessidade de gerir o uso dos media digitais através de formas de desconexão faz com que não se deva entender esta como o antónimo de conexão, mas como um processo flexível, que faz parte do espectro de formas possíveis de estar conectado (Baumer, 2018; Kania-Lundholm, 2021). Essa necessidade de equilíbrio prende-se com o facto de estas ferramentas não terem definidas, à partida, as consequências positivas ou negativas que têm na vida das pessoas, mas de desempenharem um papel importante no seu bem-estar subjetivo, a este bem-estar, vivido num ambiente de ubiquidade mediática, dá-se o nome de bem-estar digital (Büchi, 2021).

Se as tecnologias e medias digitais, que têm como características a omnipresença e capacidade de conectar e transformar ações (Verhulsdonck et al., 2019) têm um impacto no bem-estar das pessoas, vão também influenciar a forma como se desenham as desigualdades contemporâneas (Costa, 2012), havendo mesmo autores que afirmam que entender a persistência das desigualdades de hoje é perceber como é que as desigualdades tradicionais e digitais se interligam (Helsper, 2021; Lupton, 2015). Esta dissertação situa-se nessa problematização, mobilizando literatura sobre a desconexão digital, as desigualdades e o bem-estar digital.

Para estudar estas problemáticas, começa-se por fazer um enquadramento teórico de cada uma delas no Capítulo 1. No Capítulo 2 são apresentados os objetivos da investigação, o modelo de análise e os conceitos e indicadores nele mobilizados, bem como os métodos de recolha de dados. O Capítulo 3 é dedicado à análise dos dados. Começou por fazer-se uma análise descritiva dos dados da amostra (n=1524). Depois de se verificar quais as três estratégias de desconexão mais usadas, selecionaram-se as pessoas que as usavam com mais frequência. Aos grupos foram dados os nomes de “estratégia social”, “estratégia pessoal” e “estratégia técnica”. Usando os grupos foram feitos cruzamentos com as variáveis em estudo. O Capítulo 4 é dedicado às conclusões, às limitações do trabalho e às propostas para investigação futura.

Este estudo insere-se num projeto que investiga as desigualdades nas práticas de desconexão. Participei na conceção e construção do inquérito por questionário, sua colocação na plataforma online Qualtrics, bem como na disseminação do mesmo. Participei também na análise dos primeiros resultados, apresentados na modalidade online da conferência da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) em junho de 2022. Nesse trabalho, procurou-se caracterizar as desigualdades sociais presentes tanto na utilização de estratégias de desconexão como nas pressões sociais que incentivam a conexão (Jorge et al., 2023).

1. CAPÍTULO | Enquadramento teórico

Em 2005, 16% das pessoas no mundo tinham acesso à internet; em 2022, passados menos de 20 anos, a percentagem mais do que quadruplicou e 66% das pessoas tinham acesso à internet (percentagem que sobe para 89% quando apenas se considera a Europa) (International Telecommunication Union, 2022). Assim, como defende Lindgren (2017), em vez de termos objetos digitais (por oposição a objetos analógicos, por exemplo, uma balança analógica mostra o peso através de um ponteiro, uma balança digital converte esses ponteiros em dígitos) na sociedade, temos, cada vez mais, uma sociedade digital. Sociedade essa que é marcada pela omnipresença das tecnologias e medias digitais (Kania-Lundholm, 2021; Nguyen et al., 2022) e pelos valores de (hiper)conetividade (Jorge, 2019; Vanden Abeele, 2021). É como consequência deste ambiente de ubiquidade tecnológica que surgem sentimentos de sobrecarga info-comunicacional e de sobre-uso de tecnologias de informação e comunicação (Gui e Büchi, 2021), já que a disponibilidade constante passa a ser a norma societal vigente (Büchi et al., 2019). Um ambiente onde a tecnologia é ubíqua é um ambiente em que a tecnologia passou a integrar todas as esferas da vida, tanto a nível privado como público, local ou global, individual ou coletivo (Deuze, 2011). Assim, ainda que a “conetividade universal e significativa” tenha sido estabelecida como meta a atingir pela ITU e pelas Nações Unidas como forma de colmatar a divisão digital que existe (International Telecommunication Union, 2022), há autores que defendem que, ao mesmo tempo, uma outra forma de desigualdade está a surgir, não ligada à falta de uso, mas sim, ao seu excesso (Gui e Büchi, 2021), o que faz com que sejam necessárias novas ferramentas e habilidades para gerir as tecnologias de informação e comunicação, na ausência das quais não será possível atingir o bem-estar digital (Gui et al., 2017; Vanden Abeele, 2021).

1.1. Desconexão de quê? Tecnologia e sociedade digital

Pensar a desconexão é perceber, primeiro, o que torna a conexão possível, como funciona a tecnologia e que impactos tem na sociedade. As tecnologias digitais são compostas por três elementos principais: o *software*, o *hardware* e as infraestruturas. O *software* são os programas que instruem os computadores sobre como é que estes devem funcionar, o *hardware* é o próprio computador, que por sua vez trabalha em rede através de código digital (binário, composto por *bits*) e pelas infraestruturas que o apoiam (Lupton, 2015).

No início do milénio, a internet, umas das mais importantes invenções da sociedade digital (Dimaggio et al., 2001; Lindgren, 2017), podia ser definida como a “rede eletrónica de redes que liga pessoas e informação através de computadores e outros dispositivos digitais permitindo comunicação de um para um e recolha de dados.” (tradução livre) (DiMaggio et al., 2001, p. 307). Nos anos 90, a World Wide Web de Berners-Lee gera o advento da web 1.0, marcada pelo conteúdo estático e uma reduzida e limitada participação do utilizador. É nos anos 2000 que se dá a transformação para a web

2.0, ou a web social (Beer, 2009; Lindgren, 2017; van Dijck, 2013). As possibilidades de conexão e de participação na criação e produção de conteúdo são as características que definiam esta nova web (Beer, 2009; Lindgren, 2017; van Dijck, 2013), que inaugura a possibilidade de conexão a qualquer hora e em qualquer lugar (Lupton, 2015), suportada por Wi-Fi e que traz consigo as plataformas e as redes sociais, que por sua vez permitem a conexão e conectividade permanentes. É importante distinguir os termos *conexão* e *conetividade*: a conexão é humana (no início, o que motivou muitos utilizadores a aderirem às possibilidades trazidas pela web 2.0, foi a necessidade de contacto com outras pessoas) enquanto a conectividade é automatizada (refere-se à forma como as plataformas desenvolveram ferramentas que criam e guiam necessidades específicas dos utilizadores, que por estarem e se manterem online produzem dados que são depois utilizados para diversos fins, como por exemplo personalizar anúncios (van Dijck, 2013). Mais recentemente surgiu a web 3.0, marcada pelo uso dos *smart objects*, que se ligam à internet, e entre si, para trocar informações sem intervenção humana, criando assim uma rede de objetos, bases de dados e plataformas digitais (Lupton, 2015). Também chamada de Internet das Coisas, esta rede permite que objetos e seres vivos sejam monitorizados através de sensores que comunicam com a nuvem (Mosco, 2017).

1.1.1. Tecnologia e pessoas

A história humana é a história de como determinados desenvolvimentos e descobertas tecnológicas influenciaram o mundo, as pessoas e a relação entre ambos (Lindgren, 2017). Torna-se assim necessário perceber que relações se estabelecem entre as pessoas e o digital.

Dufva e Dufva (2019) salientam que esta relação é plástica e permeável a tendências políticas, culturais e ideológicas, e que pode acontecer seguindo quatro modos: (1) no primeiro, vive-se tomando as tecnologias digitais como dado adquirido, o que faz com que, por vezes, nem se tenha consciência delas (as tecnologias digitais tornam-se ubíquas ao ponto de serem transparentes, ou até mesmo invisíveis – Lindgren, 2017; Lupton, 2015); (2) no segundo modo de estar tem-se já consciência do mundo digital e da própria presença que se tem nele; 3) no terceiro modo – uma continuação desta sequência – a consciência permite questionar a relação com o digital; sendo que no quarto (4) este indagar estende-se a ponto de permitir analisar as consequências do digital e como é que delas se pode tirar proveito. Ao longo destes modos de estar e viver com o digital pode observar-se uma crescente consciência das tecnologias digitais e das suas influências.

1.1.2. Tecnologia e sociedade

Hoje, as tecnologias digitais imiscuíram-se em todos os aspetos das nossas sociedades, desde as mais banais ações no dia-a-dia, às relações que estabelecemos connosco, com os outros e com o mundo,

passando pelo governo ou economia e até à forma como o conhecimento é (re)produzido (Lupton, 2015). Por isso, vale a pena explorar o impacto que a tecnologia tem na sociedade, e vice-versa.

Se o determinismo tecnológico afirma que as tecnologias surgem de parte incerta e transformam a sociedade em que se estabelecem (Henwood et al., 2000) por possibilitarem novas formas de comunicar e desenvolverem novas competências (McLuhan, 1967, Eisenstein, 1979 como citados em DiMaggio et al., 2001) uma outra posição assume que a tecnologia é neutra e que as pessoas terão o poder de escolher como é que a querem usar; por seu lado, o construtivismo defende que as pessoas estão profundamente envolvidas tanto na criação tecnológica como na sua utilização (Henwood et al., 2000). Já Kranzberg, cuja perspectiva pode ser resumida na sua primeira premissa que postula que a tecnologia não é nem boa, nem má, nem neutra, e que os seus efeitos estão dependentes dos contextos e das circunstâncias em que está inserida (Lindgren, 2017). Assim, aspetos como o género, a classe social, a etnia ou a idade vão influenciar o significado atribuído às tecnologias (Lupton, 2015, p. 6), e devem por isso entrar na equação “sociedade + digital”.

Hutchby (2001) resume esta discussão sobre a relação entre a tecnologia e a sociedade, escrevendo que esta tem dois polos. Um, construtivista, afirma que os objetos tecnológicos são já um produto das práticas discursivas em relação a esse objeto (a ênfase é colocada no poder de moldar da agência humana). O outro, realista, defende que os objetos têm propriedades inerentes que vão constranger o uso que deles pode ser feito (a ênfase é colocada no poder de restringir). Entre estas duas perspectivas há propostas de olhar para a tecnologia através dos dois prismas, como objetos que moldam e que são moldados pelas práticas que são feitas em interação com, à volta de, e em interação com ela (Hutchby, 2001). Assim, há diferentes formas de teorizar os efeitos que as tecnologias têm e diferentes nomes para dar à sociedade que daí emerge, sociedade pós-industrial, sociedade de informação ou sociedade de rede são alguns exemplos (Lindgren, 2017). Porém, há consenso no que toca a afirmar que as tecnologias digitais têm consequências na política, modos de vida e nos relacionamentos intra e interpessoais (Conceição, 2019; Dufva e Dufva, 2019; Lindgren, 2017; Lupton, 2015) e que trazem desafios e consequências reais para o mundo em que vivemos. Por isso, Lupton (2015), num livro em que se propõe a analisar os novos desafios apresentados por esta sociedade, sugere que esta seja analisada através de cinco ângulos: (1) a economia de informação e as novas formas de poder; (2) a natureza dos dados; (3) as práticas de produção e consumo digital; (4) a importância do arquivo, intimamente relacionada com a forma de distribuir e pesquisar os dados e (5) as questões de vigilância. É nas práticas de (não) consumo digital e na sua relação com as desigualdades (tópico que está entre um dos cinco em que o estudo sociológico sobre a internet se tem concentrado – Lindgren, 2017) que nos iremos debruçar a seguir.

1.2. Desigualdades

A relação entre a tecnologia e as desigualdades sociais tem sido uma preocupação sociológica desde o advento da disciplina. Por exemplo, Marx considerava que o desenvolvimento tecnológico espoltava a mudança social devido ao efeito que esta tinha com os modos de produção e as desigualdades de classes consequentes, nomeadamente o controlo, pelas elites, da política e produção através da hegemonia cultural e da vigilância (Schiller, 1996, Davis et al., 1997, como citado em DiMaggio et al., 2001); e Weber considerava que as capacidades de uso de tecnologia tinham mais importância para os indivíduos porque eram estas que afetavam as recompensas que estes iriam receber no mercado – a mais importante arena de negociação das desigualdades (Chen e Wellman, 2005). Já para Durkheim a comunicação de um para um reforçaria a solidariedade orgânica enquanto os meios de comunicação de massas produziram poderosas representações coletivas (Alexander, 1988, como citado em DiMaggio et al., 2001).

O estudo das desigualdades tem, de forma geral, três fases (Lamont et al., 2014): primeiro, tentou entender-se como é que se distribuíam os recursos materiais; mais tarde, reconheceu-se a importância que os recursos não-materiais, como o capital simbólico ou cultural, tinham; depois investigaram-se as causas e consequências das desigualdades tendo como referência comunidades, bairros ou cidades, os países e o mundo como um todo (Milanovic, 2012; Piketty e Saez, 2014).

Hoje, as sociedades são estruturadas e atravessadas por desigualdades (Costa, 2012), e sabe-se que sociedades mais desiguais são sociedades que têm mais desemprego, pobreza e crime, menos saúde, direitos de propriedade mais fracos, mais dificuldade no acesso aos serviços públicos, menos influência na tomada de decisões, entre outros fatores (Held e Kaya, 2007, em Helsper, 2021, p. 21).

Tilly (1999) escreve que as desigualdades humanas são fruto da distribuição desigual de atributos a nível individual, de grupo, religião ou de categorias. Já Henwood et al. (2000) escrevem que as desigualdades resultam tanto de diferenças como de desvantagens, sendo sempre relativas a objetos e processos tecnológicos (Henwood et al., 2000) e à combinação de fatores biológicos, culturais, sociais e económicos (a “*compound disadvantage*”) (Helsper, 2021). Therborn (2006) esclarece que estas diferenças têm de ser consideradas *injustas* para serem consideradas desigualdades. Por sua vez, a injustiça pode ser vista a partir de três prismas: considerando as “políticas de representação”, a dimensão “económica da distribuição” ou ainda a dimensão “cultural do reconhecimento” (Fraser, 2008). Para esta autora, justiça é sinónimo de paridade de participação (Costa, 2012).

Therborn (2006) identifica quatro mecanismos que, cumulativamente, produzem e mantêm as desigualdades, são eles: (a) o distanciamento – resultado de diferentes condições de partida e aumentado por características sociais e psicológicas; (b) a exploração – consequência da relação assimétrica ou unilateral em que uns retiram valor de outros; (c) a exclusão – como forma de manutenção das vantagens de uns e de garantir as desvantagens de outros; e por último (d) a hierarquização que deriva da “classificação institucionalizada de atores sociais”. Lamont et al. (2014) afirmam que estes mecanismos

são insuficientes para explicar a forma como as desigualdades são moldadas. Sendo necessário observar os processos culturais, de identificação e racionalização, entendidos como processos de classificação inseridos em estruturas que condicionam as interações do dia-a-dia e que influenciam todas as dimensões das desigualdades, incluindo as digitais.

1.2.1. Desigualdades digitais

As desigualdades estruturais condicionam e, ao mesmo tempo, são condicionadas pelas desigualdades digitais. Bell é o primeiro sociólogo a escrever sobre o impacto da comunicação digital, já Castells, um autor mais recente, vai defender que o digital traz consigo novas formas de identidade e novas desigualdades – levando a que o poder se mova em fluxos descentrados e estabelecendo novas formas de organização social (Dimaggio et al., 2001). Para além do estudo da relação das sociedades com as tecnologias digitais, e da forma como as primeiras são transformadas pelas segundas, é possível investigar o digital através do prisma das desigualdades. O cenário mais otimista vê as tecnologias digitais como igualizadoras das desigualdades sociais existentes (Chen e Wellman, 2005). Esta perspetiva utópica caracterizou os primeiros anos da expansão da internet, em que se esperava que esta novidade desse corpo a uma nova forma de democracia global (Lindgren, 2017), já que seria capaz de melhorar o acesso à informação, reduzindo o seu custo (Dimaggio e Hargittai, 2001) e aumentando o capital humano, que por sua vez melhoraria as vidas das pessoas (Anderson et al., 1995 em DiMaggio et al., 2001). Por trás destas previsões excessivamente otimistas estava a crença de que as tecnologias funcionariam como agentes de mudança, e não como as ferramentas que efetivamente são (Lindgren, 2017). Do outro lado do espetro está a perspetiva que espera que estas desigualdades sejam ampliadas; entre as duas encontramos a ideia das tecnologias digitais como transformadoras das sociedades onde são usadas, ainda que profundamente dependentes do contexto social e institucional das mesmas (Chen e Wellman, 2005). Estas visões dicotómicas entre o (ciber) otimismo e o (ciber) pessimismo, que depois culminam numa normalização, são sintomáticas de qualquer introdução de uma nova tecnologia numa determinada sociedade (Büchi, 2021; Lindgren, 2017, p. 51). Os resultados que as tecnologias digitais tiveram nas desigualdades provaram seguir padrões mais complexos, estando dependentes da organização social em que o seu uso era feito (Dimaggio et al., 2001).

Admitir que existem desigualdades digitais é assumir que estas se podem medir através da “bagagem” digital e em relação a outro tipo de desigualdades (Ragnedda e Ruiu, 2020). Talvez por isso, os primeiros estudos sobre as desigualdades digitais tenham partido do pressuposto de que mais recursos económicos, sociais ou educacionais, seriam sinónimo de maior capacidade de usar o digital e dele retirar mais vantagens (Gui e Gerosa, 2021). Assim, um dos primeiros conceitos que uniu tecnologias digitais e desigualdades – o “*digital divide*” (DiMaggio e Hargittai, 2001) – centrou-se no binómio daqueles com e sem acesso aos media digitais (van Dijk, 2020; DiMaggio e Hargittai, 2001). Esta definição seria, mais tarde, alvo de várias críticas: por não tomar em consideração as desigualdades

sociais, culturais, políticas e económicas por trás do acesso às tecnologias (Ragnedda, 2017); por não incluir dimensões como o equipamento, a autonomia para uso, as capacidades, o apoio social que se poderá ou não ter, os propósitos para os quais as tecnologias são usadas (DiMaggio e Hargittai, 2001) ou por não levar em conta as complexidades do acesso e uso das tecnologias digitais (Lupton, 2015). Daí que quando se incluíram estes fatores no estudo do *digital divide* tenham surgido novas gradações do fenómeno. Assim, enquanto o primeiro nível do *digital divide* dizia respeito ao acesso físico, o segundo preocupava-se com as capacidades, conhecimentos e objetivos de uso, e o terceiro nível com os resultados gerados a partir do uso dos media digitais (Ragnedda e Ruiu, 2017; van Dijk, 2020). É nesta fase que se mede o impacto que as diferenças digitais têm nas desigualdades sociais pré-existentes ao uso (Gui e Gerosa, 2021).

Há autores que sugerem usar o termo *desigualdades digitais* em vez de *digital divide* porque o primeiro realça a multiplicidade de fatores que influenciam o uso das tecnologias digitais enquanto *divisão* sugere um contexto binário, longe do que é a realidade (Hargittai, 2011). É interessante notar que o estudo das desigualdades digitais segue, em traços largos, o mesmo percurso que o próprio estudo das desigualdades, ou nas suas três grandes fases, como enumeradas por Lamont e colegas (2014). Assim, a distribuição dos recursos materiais corresponde ao ter ou não acesso às tecnologias digitais de comunicação; a introdução do capital simbólico e cultural, aos conhecimentos e objetivos de utilização; e, por último, as causas e consequências correspondem aos resultados (que é só um sinónimo de consequências), ou *outcomes*, do uso do digital. Os níveis do *digital divide* também se podem relacionar com a teoria de capital de Bourdieu; assim, enquanto o primeiro nível seria resultado do capital económico, o segundo nível seria um produto do capital cultural (Ragnedda e Ruiu, 2020).

Na relação individual com o digital acima explicada por Dufva e Dufva (2019), cada forma de relacionamento equivaleria a um nível de consciência da tecnologia, e só no estádio máximo de consciência é que se poderiam compreender as consequências do digital e como melhor as aproveitar. Não é por isso de estranhar que van Dijk (2020) relacione a motivação com os três níveis das desigualdades digitais, já que antes da motivação terá de haver consciência. O autor escreve que a motivação atravessa todos os níveis, porque é ela a responsável por se adotar uma certa tecnologia, por mobilizar o esforço que se emprega (ou não) para aprender a usá-la, o que determina os resultados que daí se colhem.

Assim, pode concluir-se que nem as tecnologias digitais são objetos neutros (Lupton, 2015), nem o uso que delas é feito acontece num vácuo – os utilizadores trazem consigo as suas experiências passadas e recursos adquiridos (Ragnedda e Ruiu, 2020), e tendem a reiterar os seus valores, normas e estilos de vida online, contribuindo por esta via para reforçar a estratificação social que já existe (Ragnedda, 2017).

1.3. Bem-estar

No século XXI tem-se assistido a um crescente interesse pelo estudo do bem-estar, tanto através de indicadores objetivos como a esperança média de vida, como através de outros mais subjetivos como a felicidade (Held e Kaya, 2007 em Helsper, 2021).

O bem-estar é um conceito multidimensional (Böhnke e Kohler, 2010; Büchi et al., 2019) que pode ser investigado através de diversas perspetivas e que é, por vezes, usado como sinónimo de qualidade de vida, satisfação, felicidade ou viver uma boa vida (Böhnke e Kohler, 2010). De uma forma geral, os indicadores que medem o bem-estar podem ser agrupados em quatro grandes grupos: (1) fatores económicos, (2) condições sociais de vida, (3) saúde física, e (4) saúde mental (Büchi et al., 2019).

O estudo do bem-estar pode ser dividido em duas grandes correntes, sendo que a maior diferença entre elas é a importância dada ao bem-estar subjetivo. Assim, a perspetiva subjetivista entende que o bem-estar subjetivo é uma consequência, ou até mesmo um indicador, do bem-estar, enquanto a perspetiva objetivista entende que o bem-estar subjetivo contribui para, ou é uma das causas, do bem-estar (Böhnke e Kohler, 2010). Veenhoven (2008) critica esta última perspetiva afirmando que se se colocarem as razões que motivam o bem-estar junto com a experiência do bem-estar propriamente dita deixa de ser possível estabelecer uma relação de causalidade entre o que promove o quê. Assim, o autor propõe uma definição de bem-estar subjetivo baseada numa avaliação geral da vida que tanto se baseia nos padrões daquilo que é considerado uma “vida boa” como nos sentimentos que a pessoa tem na maior parte do tempo. Büchi (2021) resume este pensamento referindo que o bem-estar pode ser medido através de dois indicadores: a satisfação geral com a vida e os sentimentos (positivos ou negativos) que se experimentam, e acrescenta ainda que fatores como o propósito, as relações positivas e o sentimento de pertença social são dimensões que estão incluídas nesta definição. O bem-estar digital vai estar preocupado com a dimensão subjetiva do bem-estar. O autor cita ainda outros autores que definem esta dimensão subjetiva do bem-estar como uma “auto-avaliação ou declaração que as pessoas fazem da qualidade das suas vidas (Diener et al., 2018a; Helliwell and Akin, 2018; Keyes, 2014).” (tradução livre) (p. 3), acrescentando que se refere à felicidade – tanto entendida como prazer como satisfação, e que inclui, por isso, dimensões como o propósito, as relações positivas e o funcionamento em grupos sociais (Büchi, 2021).

1.3.1. Bem-estar digital

À semelhança de como a “sociedade digital” é usada para descrever o resultado da equação que soma “sociedade” às “plataformas em redes e ferramentas de comunicação digitais” (Lindgren, 2017), também o “bem-estar digital” é o resultado da fórmula “medias digitais” associados ao “bem-estar”. Porém, em vez de o termo apenas se referir aos momentos em que se está satisfeito com o uso dos media digitais, o conceito engloba também a relação que se estabelece entre bem-estar e as tecnologias digitais (Büchi, 2021).

Nos últimos anos a investigação sobre o bem-estar digital multiplicou-se, motivada pelo aumento do tempo passado à frente de ecrãs, que faz com que a gestão da conexão tenha de ser considerada na manutenção de qualidade de vida (Gui et al., 2017). Por exemplo, (Gui e Büchi, 2021) investigaram como é que o sobre-uso (*overuse*) dos media digitais pode influenciar de forma negativa o bem-estar digital, e em última análise, funcionar como uma desigualdade digital; ou Jorge et al. (2022) exploram como é feita a construção, e apropriação, do conceito de bem-estar digital pelas empresas de tecnologia e pelas redes sociais.

Os contributos de Gui et al. (2017), Vanden Abeele (2021) ou Büchi (2021) procuraram definir o conceito de bem-estar digital. Vanden Abeele (2021) propõe uma abordagem dinâmica ao conceito, que se baseia em três pontos chave: o utilizador, o dispositivo e o contexto. Assim, o primeiro conjunto de dinâmicas que influenciam o bem-estar digital incluem-se traços de personalidade e fatores intrapessoais. Outros autores vão também enfatizar a importância da dimensão pessoal. Gui et al. (2017) defendem que são também precisas capacidades individuais específicas não só para atingir bons níveis de produtividade, como para manter o bem-estar digital num ambiente comunicacional saturado.

Os dispositivos são, segundo Vanden Abeele (2021), o segundo fator que condiciona a experiência do bem-estar digital, não só devido ao facto de vivermos numa sociedade em que a atenção passou a ser um bem que se tenta monopolizar, como também devido ao design dos dispositivos (criado para ser viciante) e às características da infraestrutura tecnológica onde estes funcionam. Este está intimamente relacionado com a *dataficação*. Nome que descreve o processo através do qual a atividade humana é traduzida em dados: fala-se por isso do *quantified self* (monitorização das atividades das pessoas para que estas possam ser moldadas com mais facilidade, por exemplo, aplicações que quantificam as horas de sono para se atingir a meta de dormir 8 horas por noite) que fica cada vez mais dependente de informação instantânea, que tem de ser ao mesmo tempo consciente do contexto e do momento (Verhulsdonck et al., 2019).

Para além disto, a forma como os dispositivos estão programados para manterem as pessoas nas plataformas, e a monetização que é feita a partir daí (na prática, a transformação de dados recolhidos de forma a que possam ter valor monetário e depois ser vendidos) é altamente opaca e muitas vezes pouco perceptível para os utilizadores (van Dijck, 2013). Isto significa que os dispositivos e infraestruturas tecnológicas estão, não só construídos para manter as pessoas a utilizá-los, como também para ocultar esta construção e o que ela pode implicar.

O último fator tem a ver com o contexto e com a cultura de conectividade em que vivemos (Vanden Abeele, 2021), que é, aliás uma das características centrais da sociedade digital como descrita por Lupton (2015) e Lindgren (2017). Havendo autores que consideram que se vive já num contexto de *pós-conectividade* onde a necessidade do estar online e do *multitasking* transformam o dia-a-dia das pessoas (Verhulsdonck et al., 2019). Assim, a gestão da conectividade, necessária à manutenção do bem-estar digital, está dependente não só da pertença social a determinados grupos como aos contextos institucionais e às normas sociais e culturais que neles operam (van Dijck, 2013, p. 8; Vanden Abeele,

2021). Estes dois fatores – expectativa da conectividade constante e pressão das normas sociais – são também apontados por Gui et al. (2017), que acrescentam ainda que a própria dimensão social do bem-estar digital está dependente da definição que cada grupo social lhe inscreve. Para além destas dimensões do bem-estar digital, há ainda que ter em conta a forma como a web 2.0 está construída e as empresas que e como nela operam (van Dijck, 2013).

A definição de bem-estar digital de Büchi (2021) difere um pouco daquelas apresentadas até aqui. Ao usar os benefícios e prejuízos como passo “mediador” entre as práticas digitais e o bem-estar digital, o autor olha para este conceito de uma forma mais ampla. Constrói assim uma teoria com três momentos: um primeiro em que se consideram as limitações e oportunidades socio-estruturais das práticas digitais; um segundo em que se interroga como é que o uso individual dos media digitais influencia o bem-estar digital; e, por fim, investiga-se como é que as práticas digitais das pessoas “se traduzem em resultados sociais que eventualmente voltam a funcionar como oportunidades e limitações estruturais” (Büchi, 2021, p. 6).

1.4. Desconexão

Na última década assistiu-se a uma crescente preocupação e estudos sobre os usos dos media digitais, como seja os tipos de pausas que se fazem para usar os media (Harro-Loit e Kõuts-Klemm, 2022) e aquilo que estes influenciam, por exemplo, a opinião pública (Baldi, 2018), a educação e literacia (Cappello, 2017; Livingstone, 2008), a privacidade (M. Milanovic, 2015) ou o próprio conteúdo partilhado (Highfield e Leaver, 2016), bem como os motivos para o partilhar (Lee et al., 2015). Também se estudou o impacto que determinados dispositivos, por exemplo, o telemóvel inteligente ou *smartphone*, têm nas interações sociais e no bem-estar subjetivo (Rotondi et al., 2017). Mais recentemente surgiram múltiplos estudos sobre o não-uso dos media digitais, que investigam o abandono, afastamento ou resistência aos media digitais (Fast, 2021) – é a “*disconnection turn*” de que fala Kania-Lundholm (2021), a adoção e o abandono de serviços específicos, como mensagens instantâneas (Birnholtz, 2010) ou de redes sociais específicas (Baumer, 2018; Micheli, 2021), as perceções de uso excessivo (Gui e Büchi, 2021), as consequências desse sobre-uso (Gui e Gerosa, 2021) e como este se relaciona com o bem-estar (Büchi et al., 2019; Gui et al., 2017). A *disconnection* ou desconexão foi também estudada sob a perspetiva do que a motiva (Nguyen et al., 2022), como é efetivada e vivida; através dos discursos de desconexão em utilizadores do Instagram (Jorge, 2019); ou sobre o impacto que tem no trabalho e na forma como este é encarado (Fast, 2021).

Uma das características mais distintas da sociedade digital é a forma como comprime o tempo e o espaço e lhes retira importância (Lindgren, 2017; Thrift, 2004). Esta “compressão” do tempo tem vários significados. Por um lado, significa que há uma perceção de aceleração do tempo (o que é também uma das características das teorias da modernidade) (Jorge et al., 2022), constata-se então que o primeiro significado de “compressão” é aceleração, em que tudo acontece mais rápido. Por outro, também

significa que diversas atividades são comprimidas para caberem no mesmo instante. O tempo para o consumo dos media fica desestruturado, o que, associado ao *multitasking* (multitarefa) excessivo, leva à necessidade de desenvolver estratégias para gerir o consumo mediático (Harro-Loit e Kõuts-Klemm, 2022), e, em última análise, para garantir que o bem-estar subjetivo é assegurado (Gui et al., 2017) e é precisamente aqui que entra a desconexão. E se há autores que defendem que a desconexão é quase um sub-produto da ligação e uso dos media digitais, mas que ao mesmo tempo a torna possível (Kania-Lundholm, 2021), outros afirmam mesmo que a desconexão digital é uma obrigação necessária a todos os que se conectam para garantir níveis de bem-estar digital (Fast, 2021).

A primeira abordagem ao estudo da desconexão pode ser traçada até aos primeiros estudos sobre desigualdades digitais; assim, a desconexão, que num primeiro momento equivalia ao não-uso era tida como sinónimo de exclusão social (Kania-Lundholm, 2021). É de notar que estes primeiros estudos sobre o não-uso surgiram nos anos 90 (Warschauer, 2003), o que coincide, como se disse acima, com a altura em que o ciber-otimismo era a perspetiva vigente (Lindgren, 2017), o que poderá explicar a inicial conotação negativa atribuída ao não-uso.

Van Dijck (2013) escreve que para a desconexão ser possível, ou o “*opting-out*” como lhe chama, é necessário que a pessoa esteja atenta a dois fatores: um primeiro diz respeito às plataformas e empresas e à forma como estas funcionam, e um segundo que tem a ver com as normas sociais e culturais vigentes. Como exemplo, a autora apresenta as dificuldades técnicas que se apresentam quando se tenta abandonar uma determinada plataforma e a pressão social (de amigos, família ou colegas) que pode surgir para que as pessoas se mantenham conectadas. Esta necessidade de atenção às plataformas e normas que as rodeiam é especialmente importante no contexto atual em que a ubiquidade tecnológica é tal que faz com que as tecnologias digitais passem a ser invisíveis (Lupton, 2015). Esta perceção das normas e das suas implicações parece ter acompanhado de perto o não-uso. Já num estudo de 2000, Strover e Straubhaar identificavam que alguns adultos não usavam a internet por não quererem que os seus filhos o fizessem (DiMaggio et al., 2001).

1.4.1. A metáfora da porta

Num artigo em que defende que a vida hoje é vivida *nos* media em vez de *com* os media, Deuze (2011) utiliza a metáfora da *silent disco* para caracterizar a sociedade em que vivemos. Nas *silent discos* cada participante usa uns auscultadores e escolhe a música que quer ouvir, ao mesmo tempo que dança em conjunto com as outras pessoas presentes, que por sua vez, escolhem outras músicas. O autor defende que hoje é assim a vida – as pessoas estão mais conectadas que nunca, porém sozinhas (Deuze, 2011). Da mesma forma, Lash (2007, como citado em Beer, 2009) fala sobre a nova ontologia dos media, em que estes deixam de ter somente a função de mediadores (de informação, por exemplo) e passam a ser parte constituinte da vida. Noutro artigo é citada a metáfora da porta do sociólogo Simmel (1994 [1909]) como uma invenção que simboliza a necessidade de conexão e de desconexão, de fazer parte de uma comunidade e de ser uma pessoa individual, de estar conectado a redes de informação e de pessoas, ao

mesmo tempo que espelha a necessidade de ter momentos e lugares em que há uma desconexão da rede para poder haver uma conexão consigo próprio (Verhulsdonck et al., 2019). A desconexão deixa assim de ser uma forma de recusa absoluta à conexão digital para ser uma oportunidade para resistir aos media digitais para que a reconexão ganhe significado. No fundo, a desconexão passa a ser uma parte da experiência de estar conectado (Kania-Lundholm, 2021; Verhulsdonck et al., 2019).

1.4.2. Tipos de desconexão

No campo lexical de desconexão encontram-se termos como *detox* ou desintoxicação digital, abstenção, não-uso, não participação ou recusa mediática (Fast et al., 2021). Os diferentes nomes que lhe são atribuídos são reflexo (ainda que não se limitem às acima enumeradas) das diferentes formas de desconexão que existem e das razões que as motivam (Baumer, 2018), razões essas que estão intimamente ligadas aos contextos e circunstâncias em que acontece (Kania-Lundholm, 2021) – como sejam a idade, o género ou o contexto socioeconómico (Nguyen et al., 2022).

Num estudo que investiga as desigualdades económicas do uso do Facebook, são identificados quatro tipos de (não) utilizadores: (1) o utilizador ativo, (2) o desativado – que desativou temporariamente a conta, (3) o utilizador que considerou desativar a conta, mas que não chegou a fazê-lo e (4) as pessoas que nunca chegaram a criar conta (Baumer, 2018). Kaun e Schwarzenegger (2014, como citados em Kania-Lundholm, 2021) distinguem: (a) o não-uso estrutural (*digital divide*), (b) a recusa mediática (ermitas comunicacionais), (c) o não-uso estratégico (para gerir a informação), (d) a abstenção de determinados medias (quando há razões para evitar determinadas plataformas mediáticas) e (e) o *displacement* (quando se está online, temporariamente, usando contas de amigos, familiares, etc. – Satchell e Dourish, 2009; Portwood-Stacer, 2013 como citado em Kania-Lundholm, 2021).

1.4.3. Motivações para a desconexão

As motivações por trás da desconexão são várias e têm diferentes naturezas. Há autores que as agrupam em dois grandes tipos: as motivações pessoais – que dizem respeito aos modos de vida, que visam o melhoramento pessoal, um maior bem-estar, auto-controlo ou manutenção de um determinado status pessoal (Portwood-Stacer, 2013; Baumer et al., 2013; Thorén e Kitzman, 2015 como citados em Kania-Lundholm, 2021) e as motivações que formam respostas coletivas. Micheli (2021), que estudou a desconexão do Facebook em jovens com poucos rendimentos, concluiu que a desconexão era usada como forma de distinção entre pares (num ambiente em que a conexão é a escolha mais comum não estar conectado passa a ser fator de diferenciação). A autora identifica ainda, como motivações, a necessidade de proteger e criar relações pessoais mais profundas e gerir as distrações causadas pela rede social.

Syvertsen e Elin (2020, como citados em Kaun, 2021) apontam três formas de desconexão categorizadas de acordo com as razões que as motivam: (a) a desconexão como forma de resistência à sobrecarga de conectividade; (b) a desconexão como forma de colmatar o sentimento de perda de espaço e de proximidade física devido à hiper-conectividade; e (c) a desconexão como forma de contrabalançar o sentimento de perda do corpo/eu autêntico, consequência da distorção da noção de espaço e proximidade física.

Ao investigar a não-utilização de mensagens instantâneas, Birnholtz (2010) concluiu que o abandono se devia principalmente a dois fatores: ao desconforto com a informação que ficava disponível e com a falta de controlo sobre quem podia interromper os utilizadores. Outros autores escrevem que, para além de não se controlar as interrupções, os utilizadores podem experienciar uma “pressão socio-digital”, descrita como a percepção de que é necessário estar e gerir a presença digital, que pode ser mitigada através do uso/obtenção de capacidades específicas para lidar com o digital. Estas normas sociais, que têm diferentes impactos em diferentes utilizadores, também mudaram de forma significativa nos últimos anos, e ainda que tenham uma natureza difusa, podem ter mais impacto que as regras e leis entendidas em sentido estrito (van Dijck, 2013).

Já Nguyen et al. (2022) agrupam as razões que justificam a desconexão: o bem-estar e disponibilidade, o conteúdo e privacidade e as motivações sociais. Kania-Lundholm (2021) divide-as em razões morais (por exemplo a violência), saúde (evitar o vício na internet), a privacidade (preocupações com o *hacking*, por exemplo), a democracia e a cultura (*fake news* ou discurso de ódio).

1.5. Bourdieu como uma lente possível para relacionar desigualdades digitais, desconexão e bem-estar

A teoria de Bourdieu relaciona três conceitos para explicar as ações, ou práticas, das pessoas: o *habitus*, o capital e o campo. O *habitus* gera, ao mesmo tempo, práticas passíveis de serem classificadas e os sistemas que as classificam, assim os estilos de vida podem ser classificados socialmente como distintos ou vulgares, por exemplo (Bourdieu, 1979). É o *habitus* que vai funcionar como a ponte entre os processos de socialização e as ações dos indivíduos (Ragnedda e Ruiu, 2020). O *habitus* por sua vez é estruturado pelas circunstâncias do presente e do passado do indivíduo (Maton, 2008).

O capital pode ser descrito como “trabalho acumulado”, tem a capacidade de produzir benefícios e de reproduzir a distribuição do capital, que representa a estrutura do mundo social e pode ter três tipos fundamentais de capital: económico, cultural e social (Bourdieu, 1986). Para além destes três existe um meta-capital, o capital simbólico, transversal a todos os outros (Ragnedda e Ruiu, 2020).

Assim, as práticas seriam o resultado da relação entre as disposições pessoais (*habitus*) com o capital que têm dentro de uma arena social específica (campo) (Maton, 2008). Já a posição no campo depende da quantidade e estrutura do capital que se tem (Ragnedda e Ruiu, 2020).

As três formas de capital identificadas por Bourdieu (social, económico e cultural) têm impactos em todos os níveis do *digital divide*, desde logo porque condicionam quem (não) tem acesso às tecnologias digitais (primeiro nível), a motivação, competências e uso dessas tecnologias (segundo nível) e os benefícios sociais, económicos, culturais, pessoais e políticos que são gerados (terceiro nível) a partir do uso (Ragnedda, 2017). Esta relação é mais explorada na conceptualização de capital digital.

Há autores que argumentam que é necessária uma nova forma de capital, o capital digital, que faria a ponte entre as experiências online e offline. Este capital teria algumas das propriedades mais importantes dos outros capitais, como sejam: produzir benefícios sociais, poder ser acumulado, requerer investimento e esforço e poder ser convertido noutras formas de capital. Este capital seria assim o resultado da acumulação de competências digitais (internas) com as tecnologias digitais (externas), permitindo que o capital digital seja transferido para outras formas de capital, que por sua vez podem ser reconvertidas em capital digital. Esta conceptualização do capital ajuda a explicar o terceiro nível do *digital divide*, já que a transformação do capital digital em outras formas de capital pode ser entendida como os resultados a que se refere o terceiro nível (Ragnedda e Ruiu, 2020)

A desconexão também pode ser entendida através da perspetiva das desigualdades já que, numa sociedade marcada pela ubiquidade tecnológica e pelas expectativas de conexão permanente, poder estar desconectado passa a ser um privilégio: em primeiro lugar porque a desconexão tem custos sociais e económicos que vão poder mais facilmente ser pagos por algumas pessoas que por outras (Fast et al., 2021), por outro lado as próprias formas de desconexão vão estar dependentes de diversos fatores, tal como o uso dos media e tecnologias digitais, como por exemplo, as competências ou contextos sociais (Gui e Büchi, 2021).

Para além disto, a desconexão pode ser vista como uma forma de poder, distinção e status. Segundo Bourdieu, a posição social das pessoas depende do seu acesso a determinadas formas de capital e é sensível à influência das práticas culturais. Por isso, dizer que a desconexão pode ser vista como uma forma de distinção é dizer que se a conexão é normal a desconexão passa a ser uma forma de distinção, que adicionalmente mostra as capacidades de desembaraçar o regime de conectividade em que vivemos (Fast et al., 2021). Assim, há autores que defendem que são necessárias não só capacidades para se estar online, como também para lidar com os efeitos secundários que a presença digital traz (Gui et al., 2017).

A partir das formas de analisar o bem-estar digital, apresentadas anteriormente, percebemos que este é influenciado por diferentes fatores: as capacidades digitais de cada pessoa, as normas sociais e culturais (Gui et al., 2017), o utilizador, o dispositivo e o contexto (Vanden Abeele, 2021) e até a forma como a web está construída (van Dijck, 2013). Ao olharmos para estes fatores à luz do capital digital (que faz a ligação entre o mundo offline e as experiências online), percebemos que é possível relacionar os media, as desigualdades e o bem-estar, e é essa mesma relação que este estudo pretende explorar.

2. CAPÍTULO | Métodos

2.1. Objetivo da investigação

A revisão de literatura acima apresentada mostra-nos que as experiências de desconexão são motivadas por diferentes razões e postas em prática de formas variadas. Constata-se que há temas que estão mais presentes na literatura, como o estudo da desconexão a partir dos dispositivos (Micheli, 2021) ou das redes sociais (por exemplo, Baumer, 2018; Jorge, 2019; Micheli, 2021), por exemplo. Outros temas estão menos presentes, como a estratificação social do fenómeno, os locais em que as pessoas se preferem desconectar (Fast et al., 2021) ou as atitudes que levam a uma maior ou menor interação com as tecnologias digitais (Reisdorf e Groselj, 2017). Para além disso, é necessário aprofundar o estudo da manutenção do bem-estar digital (Büchi et al., 2019), indo para além da dimensão individual e explorando também o impacto das pressões dos ambientes sociais e a forma como as normas (de disponibilidade, por exemplo) são legitimadas (Gui et al., 2017).

Existem diferentes fatores que condicionam a desconexão de forma inequívoca: a idade, género e contexto socioeconómico (Kania-Lundholm, 2021) e outros de forma mais indireta. Este estudo pretende analisar o impacto que fatores subjetivos, como a perceção de normas ou do sobreuso, por exemplo, têm na experiência de desconexão, sem deixar de lado os fatores socioeconómicos. Assim, olha-se para as experiências de (des)conexão para entender que impacto têm na desconexão digital e na desigual distribuição do bem-estar subjetivo.

Assim, para guiar este estudo foi desenvolvida uma pergunta central de investigação: que fatores que influenciam as experiências de (des)conexão digital?

2.2. Modelo de análise

Quivy e Campenhoudt (1995) escrevem que para se estudar as perspetivas e ideias que surgem após o trabalho exploratório é necessário sistematizá-las de forma a que seja possível “traduzi-las numa linguagem e em formas que as habilitem a conduzir o trabalho sistemático de recolha e análise de dados de observação ou experimentação que deve seguir-se” (p.109) que é o mesmo que dizer, que é necessário criar um modelo de análise. O modelo de análise abaixo apresentado pretende estabelecer relações entre o uso dos media digitais, as desigualdades e o bem-estar.

Na sua forma mais simples, as práticas digitais podem ser consideradas ações em sentido sociológico, na medida em que têm consequências (benefícios ou prejuízos) e causas, como desejos ou crenças moldadas e iniciadas pela interação social (Hedstrom, 2005, como citado em Büchi, 2021), estando também dependentes de grupos de indivíduos, maiores ou mais pequenos (Büchi, 2021). Porém, investigar um fenómeno social implica investigar as condições sociais em que este surge, o sentido que lhe é atribuído e também as dinâmicas em que acontece e que lhe dão uma “forma social concretizável” (Costa, 2009, p. 22). Deste ponto de vista, neste modelo de análise o fenómeno social a investigar é a

desconexão; as condições sociais em que acontece dizem respeito às dimensões sociodemográficas e aos resultados que este obtém com a desconexão (bem-estar); e as dinâmicas que moldam a desconexão serão investigadas através dos fatores que poderão condicionar a desconexão: os fatores de retração, a percepção das normas sociais vigentes, o uso dos media digitais, as motivações para esse uso e a percepção de uso excessivo.

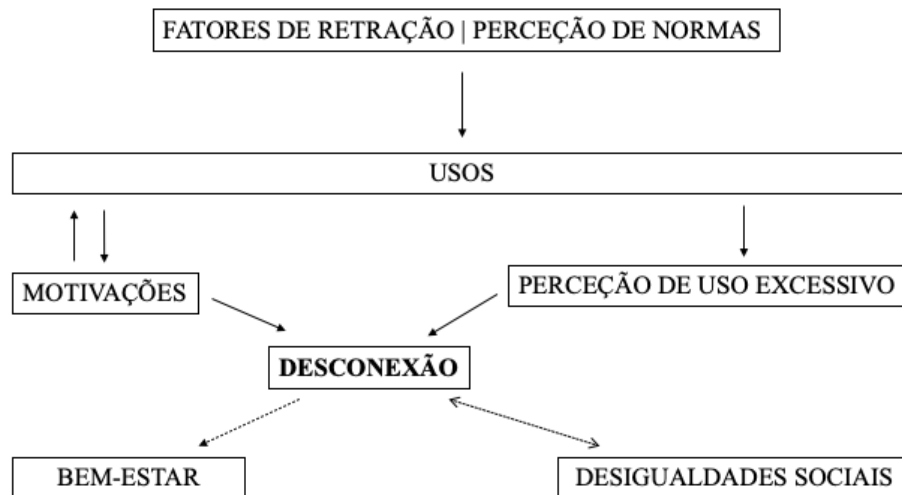


Figura 1 - Modelo de análise, fonte: elaboração própria.

2.3. Conceitos e indicadores

O modelo de análise mobiliza diversos conceitos: uso de media digitais, desigualdades, desconexão, fatores de retração, percepção de uso excessivo, pressão para estar online, motivações para se desconectar e resultados atingidos com a desconexão. A partir deles foram construídos indicadores para poder operacionalizar o modelo de análise.

Media digitais: A desconexão é motivada por diversas razões, tem diferentes resultados e acontece em variados contextos da vida, dispositivos, aplicações ou plataformas (Büchi et al., 2019; Nguyen et al., 2021). Elaboradas a partir de estudos da ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social) e do Ofcom (a congénere inglesa), foram incluídas no questionário (Anexo 4) cinco questões relacionadas com o uso dos media digitais, relacionadas com os aparelhos utilizados, o conteúdo consumido, as atividades para que se usava a Internet e plataformas e aplicações eram usadas (ERC, 2016; Ofcom, 2018). Das quatro questões analisadas surgiram quatro indicadores de uso. O indicador para os aparelhos foi calculado de acordo com a frequência de utilização (de 1 a 7, em que 7 é o uso mais frequente). O indicador para o conteúdo foi calculado da mesma forma (de 1 a 8, em que 8 é o consumo mais frequente). Quanto ao indicador das redes sociais foi calculado também de acordo com o uso (de 1 a 6, em que 6 é o mais frequente). Para as aplicações foi apenas considerado a percentagem de pessoas que as usavam, ou não.

Desconexão: A partir da revisão de literatura acima apresentada é possível identificar as suas características: (1) a desconexão não é um comportamento desviante, como sugeriam os primeiros estudos sobre o fenómeno, mas sim uma forma de gerir a ubiquidade mediática e as expectativas de conexão permanente (Kania-Lundholm, 2021), (2) a desconexão deve, por isso, ser vista como fazendo parte do espectro da conexão (Baumer, 2018; Jorge, 2019; Kania-Lundholm, 2021). A desconexão tem três dimensões: a dimensão (3) temporal (podendo ser permanente ou temporária) (Fast et al., 2021; Jorge, 2019; Nguyen et al., 2021), (4) espacial, marcada pelas possibilidades de conexão a qualquer hora e em qualquer lugar (Fast et al., 2021; Jorge, 2019) e (5) social, tendo custos e benefícios ((Büchi et al., 2019; Fast et al., 2021). A (6) desconexão vai ser transversal a diferentes aspetos da vida, dispositivos, aplicações e plataformas (Büchi et al., 2019; Nguyen et al., 2021).

Baseadas no estudo de Nguyen e colegas (2022) que investigou a forma como os utilizadores de media digitais constroem noções de bem-estar digital, e a frequência de uso estratégias de desconexão e o que as motiva, foram incluídas três perguntas sobre desconexão no questionário. A pergunta Q10 mediu a frequência de adoção de estratégias de desconexão, a Q11 as motivações para a desconexão e a Q12 os resultados atingidos a partir da desconexão. Daqui surgiram três indicadores: o primeiro mede a frequência de utilização de estratégias de desconexão com valores entre 1 e 5 (com 5 a ser o mais alto); o segundo mede as motivações através do nível de acordo entre 1 e 7 (em que 7 é o nível de acordo máximo); o terceiro mede os resultados da desconexão também através do nível de acordo de 1 a 7 (em que é o nível de acordo mais alto).

Fatores de retração: Enquanto as normas de conectividade constante motivam de forma positiva o uso dos media digitais, os fatores de retração vão condicionar de forma inversa, e negativa, este uso. Neste estudo decidiu-se estudar os seguintes fatores de retração: (1) causarem demasiadas interrupções, (2) ser difícil usar determinados dispositivos, ou (3) as dificuldades técnicas em determinados programas ou serviços (Birnholtz, 2010; Brubaker et al., 2016 como citados em Kania-Lundholm, 2021). Por inspiração no estudo de Birnholtz (2010) também se investigou (4) se a dificuldade em gerir a comunicação com pessoas próximas ou distantes seria um fator de retração. Por outro lado, procurou-se também averiguar a influência de fatores a nível de (5) saúde – medo de ficar viciado (Kania-Lundholm, 2021), de (6) privacidade (Kania-Lundholm, 2021; Micheli, 2021) ou (7) culturais – como mensagens com violência ou ódio (Jorge et al., 2023; Kania-Lundholm, 2021). Também se investigou o fator da (8) não participação suficiente, em que as pessoas se afastam dos meios digitais por sentirem dilemas sobre apenas consumirem conteúdos e não publicarem (Krushner, 2011, Karppi, 2011 como citado em Kania-Lundholm, 2021). Outros fatores investigados foram (9) a necessidade de evitar determinadas pessoas (Stieger et al., 2013 como citado em Kania-Lundholm, 2021; Micheli, 2021), o (10) medo de cometer um erro (Gui e Büchi, 2021) e a falta de confiança em alguns programas ou serviços (Kania-Lundholm, 2021). Este indicador foi calculado através da percentagem de inquiridos que indicava sentir (ou não) cada fator de retração.

Percepção de uso excessivo: O uso excessivo ocorre quando o “o uso diário da Internet ultrapassa um padrão individual, ou um sentido vago do que é considerado o ideal pessoal” (Büchi et al., 2019, p. 2). Este é por isso um conceito relativo e subjetivo a cada pessoa. A experiência de uso excessivo está intimamente ligada com as características dos dispositivos e do ambiente social, e das características, práticas, normas e comunidades que se constroem à volta do uso dos media digitais (Gui e Büchi, 2021).

Gui e Büchi (2019) identificam duas dimensões do uso excessivo digital a partir dos estudos de Salo e colegas (2017) e de Stephen e colegas (2017): (1) a carga cognitiva individual no ambiente digital e (2) as pressões que derivam do contexto em que se está inserido. A primeira dimensão manifesta-se através da dificuldade em concentrar-se, no sentimento de sobrecarga informacional ou de se ter distrações excessivos; e a segunda, através da pressão para monitorizar a presença online ou a pressão para responder. Os dois autores identificam três manifestações concretas de percepção de uso excessivo, sendo elas passar demasiado tempo online (de forma absoluta), perder tempo online em detrimento de atividades do dia a dia e sentir sobrecarga info-comunicacional e sincronicidade de múltiplos estímulos.

Com base nesta definição e nos aspetos que foram apresentados para as avaliar, chegámos à questão 8, que avalia os sentimentos em relação ao uso das tecnologias de informação e comunicação, numa escala de 1 (não sinto) a 5 (sinto constantemente). A questão incluiu os seguintes indicadores: (1) ter muitas distrações, (2) passar mais tempo com as tecnologias do que gostaria, (3) sentir pressão para tomar decisões, (4) ter a responsabilidade de responder, (5) sentir uma sobrecarga de informação, (6) tem muitas mensagens por responder, (7) não responde às mensagens com atenção, (8) tentar fazer demasiadas coisas ao mesmo tempo e (9) perder tempo com as tecnologias em detrimento de coisas que considera serem mais importantes. O indicador relativo à percepção de uso excessivo foi calculado através da forma como os inquiridos sentiam as manifestações deste uso excessivo, com valores entre 1 e 5 (em que 5 representa o sentir constantemente).

Pressão para estar online: Büchi e colegas (2019) definem a pressão para estar online como refletindo “a norma, ou percepção de expectativa social, para funcionar digitalmente e ser capaz de gerir os desafios dos media digitais” (p. 4). Dito de forma mais sintética, é a pressão, vinda do ambiente social, que cada pessoa sente para se mover bem no online, assim, é esperado que as pessoas tenham determinadas competências digitais (Gui e Büchi, 2021). Van Dijck (2013) discorda que seja esta a origem das normas, e defende que as normas não refletem normais sociais, pelo contrário, as plataformas é que vão usar processos reais (como pressão social, ou o ranking de popularidade) para construir uma sociabilidade onde a conectividade é chave. A pressão pode depender da situação profissional, do contexto social (Büchi et al., 2019), ou da pressão exercida pelos pares, família e amigos (van Dijck, 2013).

É a partir desta conceptualização que surge a pergunta 9 “Sente que esperam de si que esteja online (seja para responder, ter uma presença social online ou ter competências para o fazer)?”, que investiga a pressão sentida a nível familiar, de amigos, trabalho ou de grupos e associações a que se pertence. Este indicador foi calculado através da percentagem dos inquiridos que sentiam esta pressão.

Desigualdades: Para fazer a caracterização sociodemográfica da amostra, tendo em conta as desigualdades, foram incluídas perguntas relativas à idade, género (mulher, não-binário, homem, outra identidade não mencionada, prefiro não responder, não sei), estágio de vida (Ganito e Jorge, (2018) apontado por Nguyen et al., 2022 como uma abordagem necessária para perceber a forma como diferentes gerações se relacionam com a desconexão e os media digitais), estatuto étnico e religioso (maioria/ minoria), condição migratória, educação, situação geográfica e estatuto económico: classe social, condição perante o trabalho, ocupação (EQLS, 2016; ESS, 2020).

Todas as questões do questionário eram de resposta obrigatória, com a opção de responder “Não sabe. / Não responde.”, ou “Não sei. / Prefiro não responder.” para as questões de carácter sociodemográfico (idade, género, nível de escolaridade, estágio de vida e profissão). Por questões de sensibilidade, a questão sobre a religião e etnia foi a única pergunta parametrizada como não obrigatória no questionário. Com a exceção da pergunta “O que significa para si um uso equilibrado dos meios digitais no dia a dia?” (Q6), aberta, todas as questões foram de resposta fechada.

2.4. Recolha de dados

O questionário foi elaborado na plataforma Qualtrics, por se considerar que a distribuição online seria adequada visto que o estudo pretende caracterizar utilizadores de internet. Antes da distribuição do questionário foi feita um teste piloto a cerca de 10 pessoas. O objetivo foi cronometrar o tempo médio de resposta, que depois foi acrescentado à mensagem inicial do questionário. Para além disso também foram corrigidas pequenas gralhas e acrescentada uma barra de progresso para que os respondentes pudessem controlar quanto faltava para terminarem o questionário. As respostas foram recolhidas entre fevereiro e abril de 2023. O questionário foi divulgado em redes sociais e grupos de Facebook (de municípios, cidades, bairros, de lazer, de hobbies e através de associações de estudantes). Durante a recolha, foi sendo controlado o preenchimento das quotas definidas para a população em termos de idade, género e escolaridade, de forma a tentar obter uma amostra representativa, o que não se veio a verificar.

2.5. População e amostra

O inquérito foi aplicado em Portugal – um país com desigualdades marcadas, a nível do rendimento e riqueza, Portugal tem salário médio de 19 212 euros anuais (Luz, 2022) e um coeficiente de Gini de 32%, em 2021 (Pordata, 2023). É também assimétrico em termos regionais (o interior está cada vez mais desertificado, envelhecido e pobre), a nível educacional (é um dos países com taxas de educação mais baixas da Europa, com indicadores de pobreza e exclusão social a variar de acordo com o nível de educação), em relação ao género (a pobreza, o desemprego e a instabilidade profissional são mais altas

nas mulheres e há uma disparidade salarial de 16,3%) (Ferreira, 2019). Só foram considerados os questionários respondidos na sua totalidade, o que perfaz um total de 1614 respostas. Destas, 90 são não-utilizadores da internet (i.e., responderam “Nunca.” a todas as alíneas da pergunta Q1), pelo que não foram considerados neste estudo. Assim, a amostra final é n=1524 correspondente a utilizadores de internet.

No Anexo 1, incluem-se tabelas e gráficos referentes à caracterização da amostra. Alguns dos aspetos que mais sobressaem na amostra são a quantidade de respondentes que se identificam como mulheres (72,2%) (Figura A1, Anexo 1) e o elevado nível de escolaridade da amostra – 61,70% tem o ensino superior completo (Figura A2, Anexo 1). Os respondentes com idade compreendida entre os 40 e os 49 anos são a faixa etária mais representada (26,9%) (Figura A3, Anexo1). Quanto ao estágio de vida (Figura A4, Anexo 1), destaca-se a presença de “Outros casais” (17,7%), de pessoas “Independentes acima dos 35 anos” (13,30%) e de pessoas “Casadas ou em coabitação com filhos dos 18-24 anos” (12,3%). Quanto à profissão (Figura A5, Anexo 1), uma percentagem importante (30,6%) escolheu a opção “Não sabe./ Não responde.”. Os grupos profissionais a que mais respondentes pertencem são “Especialista de atividades intelectuais e/ou científicas” (21,7%), “Técnicos ou profissional de nível intermédio” (18,5%) e “Empregado administrativo” (12,3%).

2.6. Análise de dados

Não foram analisadas todas as questões do questionário dado o enfoque deste estudo. As questões Q2, Q6, Q16, Q17, Q18, Q20, Q21, Q22 e Q24 não foram usadas neste estudo. Esta dissertação irá focar-se nas estratégias de desconexão mais utilizadas pelos indivíduos que responderam ao questionário e procurar encontrar tendências. Foram caracterizadas as três estratégias mais comumente usadas, bem como a amostra total (n=1524), através do uso que fazem dos media digitais (em termos de aparelhos utilizados, conteúdo consumido, redes sociais onde estão presentes e aplicações usadas), dos fatores que levam a um uso menos frequente das tecnologias digitais, da pressão sentida/ percepção de normas para estar mais conectado, da percepção de uso excessivo, das motivações para a desconexão e dos resultados atingidos depois dela. Em termos sociodemográficos foram analisados o género, a idade, a escolaridade, o estágio de vida e a profissão.

Nguyen e colegas (2021) referem que as razões que explicam a desconexão podem ser agrupadas em dois grandes grupos: os fatores pessoais (preferências e experiências individuais) e os fatores externos (influências sociais ou barreiras técnicas). Neste estudo, demos os seguintes nomes aos tipos de estratégias analisadas: social, pessoal e técnica; associando cada um deles às três estratégias mais usadas, Q10.2, Q10.3 e Q10.11, respetivamente.

3. CAPÍTULO | RESULTADOS

Usando a pergunta de investigação (que fatores que influenciam as experiências de (des)conexão digital?) como guia, nesta secção analisam-se as diferentes variáveis e indicadores – a nível dos media digitais: aparelhos, conteúdo, aplicações e redes sociais, a nível da desconexão: fatores de retração, pressão para estar conectado, percepção de uso excessivo, motivações e resultados; e a nível das desigualdades: género, idade, escolaridade, estágio de vida e profissão. Estas variáveis são analisadas tanto para a amostra total (todos os inquiridos, n=1524) e para cada os grupos das estratégias que se vão analisar mais em detalhe (estratégia social, pessoal e técnica).

3.1. Análise descritiva

Na próxima secção são explorados os dados do questionário através de análises descritivas. Os gráficos correspondentes a esta secção estão no Anexo 2.

3.1.1. Fatores de retração

Dos fatores de retração (Figura A6, Anexo 2) estudados apenas dois foram apontados por mais de metade da amostra como condicionando de forma negativa o seu uso dos media digitais: as questões da privacidade (65,6%) e a falta de confiança em alguns programas ou serviços (62,9%). Os fatores menos expressivos foram a dificuldade em gerir as comunicações com pessoas próximas ou distantes (16,3%) e o medo de se ficar viciado (22,8%).

3.1.2. Pressão

A maior parte dos inquiridos afirmou não sentir pressão (Figura A7, Anexo 2) para estar online, seja para responder, ter uma presença social online ou competências para o fazer. Apenas 42,3% disseram sentir esta pressão por parte do trabalho, 28,7% por parte de amigos, 24,8% por parte de grupos ou associações a que pertence e 22,4%, por parte da família.

3.1.3. Usos

A caracterização do uso de media digitais da amostra decompôs-se em quatro eixos: os aparelhos, as aplicações e redes sociais usados e os conteúdos consumidos.

Para os aparelhos (Figura A8, Anexo 2) o indicador foi calculado a partir do uso de cada dispositivo, podendo assumir valores entre 1 e 7, em que 7 exprime a maior intensidade de uso. Os aparelhos mais usados são o *smartphone* (6,52), o computador portátil (5,07) e o computador de secretária (3,73).

Para analisar os conteúdos (Figura A11, Anexo 2) os valores do indicador podiam variar entre 1 e 8, em que 8 corresponde à maior intensidade de consumo. Assim, ver televisão em *streaming* (3,96) e ouvir música em *streaming* (4,11) são os conteúdos mais consumidos. Ouvir música descarregada e partilhada por amigos é outro conteúdo expressivo (2,23), com todos os outros a apresentar valores abaixo de dois.

Para as redes sociais (Figura A9, Anexo 2) o indicador relativo ao uso das redes, podia assumir valores entre 1 e 6, em que 6 corresponde a uma maior utilização. As plataformas mais usadas são o WhatsApp (5,74), Facebook (5,32) e o Messenger do Facebook (5,12). O Instagram (4,78), o YouTube (3,94) e o LinkedIn (3,31) são também usados por muitos respondentes.

Para os diferentes tipos de aplicações (Figura A10, Anexo 2) apenas se pediu aos respondentes se usavam ou não, por isso os dados são analisados através das percentagens de pessoas que disseram “sim”. As aplicações mais usadas são as de contacto (96,5%), de gestão (79,1%) e de entretenimento ou *streaming* (76,4%).

3.1.4. Motivações

Para calcular o indicador das motivações para a desconexão (Figura A12, Anexo 2) foi pedido a cada um dos respondentes que expressassem o seu (des)acordo com as motivações apresentadas. O indicador podia assumir valores entre 1 e 7, em que 7 representa o nível de acordo máximo. Das 11 motivações apresentadas apenas três tiveram valores mais baixos: amigos e família acharem que devia usar menos os meios digitais (2,47), às vezes não querer estar disponível para a família e amigos (3,40) e não ter tempo suficiente para passar nos meios digitais (3,46). Ou seja, a maior parte das pessoas tem razões para se desconectar. As motivações que mais respondentes disseram ter mais influência nas suas práticas de desconexão foram: não querer estar distraído enquanto se concentra numa atividade (5,15), preocupação com a forma como as empresas de tecnologia recolhem os dados para fins comerciais (4,89) e não querer que informações e fotografias de si próprio/a estejam disponíveis online (4,42).

3.1.5. Perceção de uso excessivo

Para estudar a perceção de uso excessivo foi usado um indicador com valores entre 1 e 5, em que 5 corresponde a “Sinto constantemente.”. As três dimensões que tiveram valores mais altos foram: ter muitas distrações (2,9), passar mais tempo com as tecnologias do que gostaria (2,74) e tentar fazer demasiadas coisas ao mesmo tempo (2,52). A dimensão “ter uma sobrecarga de informação” teve um valor de 2,49. Os dois aspetos que os respondentes menos sentem ao usar os media digitais são: que não respondem às coisas com atenção (1,81) e terem muita pressão para tomar decisões (1,86).

3.1.6. Resultados da desconexão (bem-estar)

À semelhança de outras questões, para os resultados da desconexão foi usado o indicador, que corresponde ao nível de acordo, ou não, com a contribuição da desconexão para cada um dos resultados apresentados (Figura A14, Anexo 2). O indicador podia tomar valores entre 1 e 7, em que 7 exprime acordo total. Apenas quatro dos resultados da desconexão não tiveram valores muito altos: pertencer a uma comunidade (3,02), contribuir mais para o bem da sociedade (3,13), tornar-se numa pessoa com menos ansiedade (3,21) e a vida ter significado e direção (3,30), resultados que são mais abstratos, a longo prazo e coletivos. Pelo contrário, os resultados que mais pessoas disseram atingir com a desconexão foram: relacionamento com os pares/amigos saudável (4,16), gerir bem as responsabilidades (4,10) e ser mais feliz (3,86).

3.2. Tendências

Nesta próxima secção iremos olhar para algumas tendências que surgem a partir da análise de dados acima feita. As tendências estão organizadas de forma temática.

3.2.1. Smartphone, *streaming* e redes sociais

Da análise dos indicadores relativos aos usos – Anexo 3, Figura A17, A18, A19 e A20, respetivamente – identificam-se três tendências: o uso das redes sociais, do smartphone e do *streaming*. Enquanto o *streaming* e as redes sociais apontam para um fluxo ininterrupto de conteúdo, lembrando que as redes estão construídas para que isso aconteça (van Dijck, 2013), o smartphone ilustra a cultura da disponibilidade permanente, a que se prevê que as pessoas adiram (Büchi et al., 2019).

3.2.2. Amigos e Família

Um outro tema recorrente na análise das perguntas sobre a desconexão (Q7-Q12) é a sua natureza relacional, aspeto já antes evidenciado pelas tendências que emergem dos usos.

Da análise das respostas dos grupos inquiridos que mais usam estratégias de desconexão é possível concluir que estes não sentem pressão da parte da família e dos amigos, nem para estarem mais conectados nem para estarem mais desconectados (Figura 4). Isto pode sugerir que as normas para a conexão estão mais imbricadas no tecido social e se manifestam de formas menos diretas e que possam ser atribuídas de forma óbvia aos amigos ou família.

Porém, de forma curiosa, apesar de aparentemente não condicionarem a conexão e a desconexão de forma significativa, os relacionamentos com a família e os amigos beneficiam com as práticas da desconexão (Figura 7). Essa melhoria dos relacionamentos vai, por sua vez, contribuir para um maior nível de bem-estar, como entendido por Büchi (2021).

O facto de os amigos e da família serem, de forma aparente, fatores que não condicionam a desconexão, mas que beneficiam com ela, contribui para a tese de que a pressão por eles exercida poderá acontecer de forma mais invisível.

3.2.3. Privacidade

A questão da privacidade (Figura 3), nas suas várias vertentes de recolha e tratamento de dados digitais (Figura 5), fotografias e informações que ficam disponíveis online (Figura 5) e falta de confiança em determinados serviços e programas (Figura 3) foram razões duplamente apontadas como motivo para a desconexão e como fator de retração a um maior uso. A importância dada às questões da privacidade pode surgir não só devido às regras opacas que regem a utilização dos dados recolhidos pelas plataformas (ou até à forma como são recolhidos), e que as pessoas sentem ter uma influência direta na sua segurança, privacidade, vigilância e policiamento (Lupton, 2015). Pode também estar relacionada com o esbater dos limites da esfera pública e privada, como consequência da presença da tecnologia nestas esferas (Deuze, 2011).

3.2.4. Trabalho

O destaque aqui dado ao trabalho advém de ter sido apontado como o fator de pressão que mais pessoas sentiam para estarem conectadas (Figura 4) e por ser um dos motivos (o evitar estar disponível para o trabalho) que leva à desconexão (Figura 5). Assim, a ubiquidade tecnológica e a disponibilidade constante traduzem-se também numa expectativa de disponibilidade para o trabalho que ultrapassa o horário laboral. O recente surgimento de leis que protegem o direito à desconexão (Goodman, 2023) mostra a importância do tema.

3.2.5. Overload

Um outro tópico que surgiu de diferentes formas ao longo da análise foi o *overload*, muito relacionado com a perceção de que se está a usar demasiado os meios digitais, que estes causam demasiadas interrupções ou que é difícil lidar com os estímulos informativos e comunicacionais que estes trazem (Figuras 5 e 6). Estas consequências que podem facilmente ser agregadas sob o chapéu de “consequências de viver numa sociedade digital” parecem reforçar a ideia de que são precisas novas competências para lidar com a esta sensação de *overload* e assim atingir o bem-estar digital (Gui et al., 2017).

3.3. Análise bivariada

No gráfico da Figura 2 é possível observar as estratégias de desconexão utilizadas, organizadas em três grupos. As estratégias técnicas são aquelas que dizem respeito a manipular funções dos dispositivos com vista a desligar total ou parcialmente. As estratégias sociais estão relacionadas com a desconexão em contextos sociais, como seja a família, os amigos ou o estar em casa. Por último, as estratégias pessoais estão ligadas às regras autoimpostas e ao autocontrolo.



Figura 2 – Estratégias de Desconexão (n=1524); Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

Selecionou-se a estratégia mais utilizada em cada grupo e, de dentro de cada uma delas, os respondentes que afirmaram usar “Sempre.” essa estratégia. O grupo que mais usa a estratégia “tenho regras sobre limitar os meios digitais em casa” (n=309) exemplifica e será designado por “estratégia social”; ao grupo que mais usa a estratégia “ponho dispositivos de lado quando estou a fazer outras atividades” (n=291) foi dado o nome de “estratégia pessoal”; e o grupo que mais usa a estratégia “em aplicações de mensagens desativo as notificações dos chats de grupo” (n=229) terá o nome de “estratégia técnica”. Assinale-se que os três grupos não são exclusivos.

3.3.1. Fatores de retração

Do conjunto de fatores de retração analisados apenas dois foram indicados por mais de metade dos respondentes de cada grupo como tendo um impacto na sua conexão. Como se pode observar no gráfico da Figura 3, 69,9% do grupo da estratégia social, 62,2% da estratégia pessoal e 69,9% da estratégia técnica afirmaram que a questão da privacidade os inibe. Já em relação à falta de confiança em alguns

programas ou serviços, as percentagens foram as seguintes: estratégia social (66,7%), estratégia pessoal (63,2%) e estratégia técnica (67,7%). Para além destes, a existência de “muitas mensagens com violência ou ódio online” também foi apontado pelos grupos das estratégias social (50,5%) e pessoal (53,3%) como sendo significativo. Assim, estes dois fatores invertem a tendência estabelecida.

No geral, o grupo que mais usa a estratégia técnica foi aquele que apresentou percentagens mais altas nos restantes fatores, com três exceções que comprovam a sua proficiência técnica na utilização dos recursos dos próprios media digitais para a desconexão. Para estes fatores (mais de natureza técnica) as percentagens foram as seguintes: “determinados dispositivos são difíceis de usar” 23,1% na estratégia técnica *versus* 28,8% na estratégia social e 33,0% na estratégia pessoal; “dificuldades técnicas em programas ou serviços” 23,6% na estratégia técnica, *versus* 33,0% na estratégia social e 34,4% na estratégia pessoal e “medo de cometer um erro” 26,2% na estratégia técnica *versus* 26,5% estratégia social e 33,3% na estratégia pessoal. Por outro lado, se este grupo parece compreender bem os dispositivos e dominar a sua componente técnica, apresenta as percentagens mais altas nos fatores de natureza social. Ou seja, têm poucas dificuldades técnicas e mais dificuldades com o aspeto relacional da conexão.

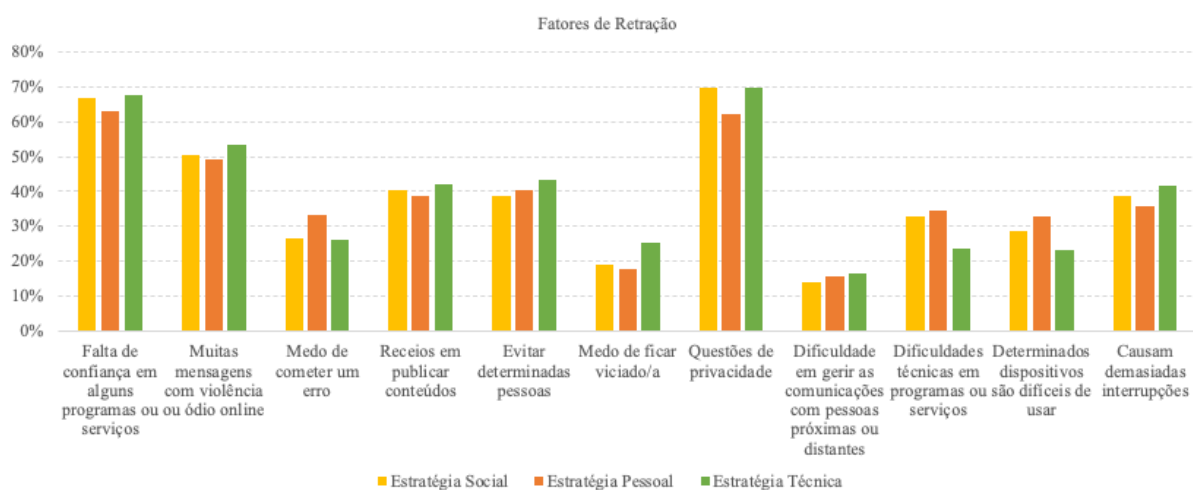


Figura 3 - Fatores de retração, por estratégia de desconexão (% de respondentes que afirmam sentir a influência dos fatores de retração); Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

De forma inversa, o grupo que mais usa a estratégia social apresenta, nas questões de natureza social, as percentagens mais baixas de todos os grupos. Assim, tem-se que para o fator “dificuldade em gerir as comunicações com pessoas próximas ou distantes” apenas 13,9% do grupo que mais usa a estratégia social sente que este é um fator de retração, em comparação com 15,5% do grupo da estratégia pessoal e 16,6% do grupo da estratégia técnica. Da mesma forma o fator “evitar determinadas pessoas” é mais significativo para o grupo que usa a estratégia pessoal (40,5%) ou técnica (43,2%) do que para o grupo que mais usa a estratégia social (38,8%).

Já o grupo que usa estratégias pessoais apresenta valores mais baixos nos seguintes fatores de retração: “causam demasiadas interrupções” (social – 38,8%, pessoal – 35,7%, técnico – 41,5%) e “medo de ficar viciado/a” (social – 19,1%, pessoal – 17,9%, técnico – 25,3%). Enquanto as estratégias

social e técnica são de natureza “exterior” ao indivíduo como afirmam Nguyen et al., 2022, as estratégias pessoais só dependem do próprio utilizador, o que justifica as percentagens mais baixas do grupo que mais usa a estratégia pessoal nestes dois fatores.

3.3.2. Pressão (percepção de normas)

Em todas as pressões para maior conexão analisadas (família, amigos, trabalho e grupos/associações a que se pertence) (Figura 4), a percentagem de pessoas que reconheceu sentir algum tipo de pressão foi menos de 50%, sendo que para todos os grupos o trabalho foi aquele em que todos os grupos disseram sentir mais pressão. Assim, 41,7% do grupo que mais usa a estratégia social afirmou sentir esta pressão, 32% do grupo que mais usa a estratégia pessoal e 43,2% do grupo que mais usa a estratégia técnica.

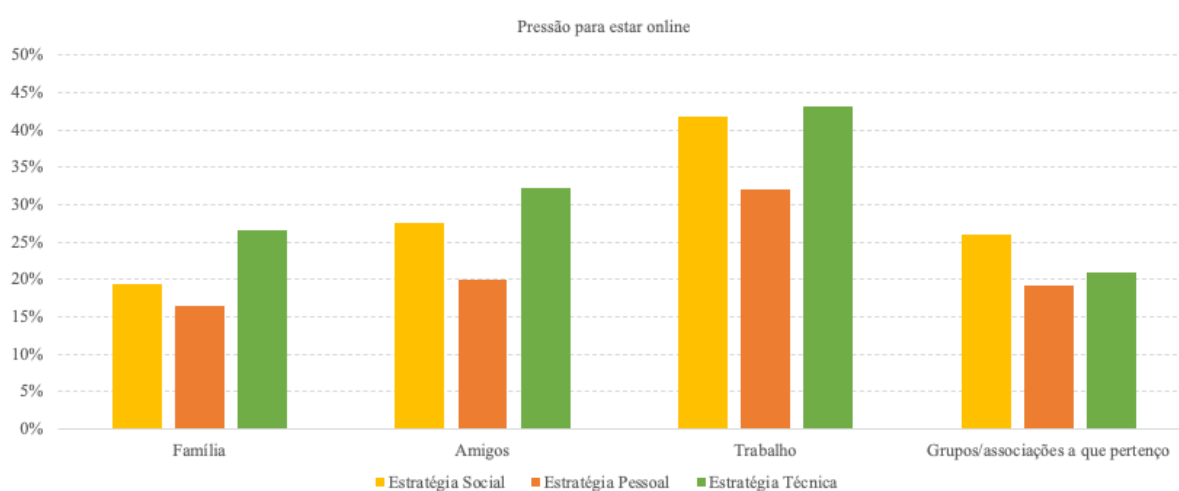


Figura 4 - Pressão para estar online, por estratégia de desconexão (% de respondentes que afirmam sentir pressão); Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

De forma curiosa, o grupo que afirmou sentir menos a pressão das normas em todas as vertentes assinaladas foi o grupo que mais usa a estratégia pessoal, que pode ser explicada pela natureza da estratégia de desconexão que usa. Os respondentes, ao usarem regras que eles próprios estabelecem, fazem com que as “regras” ou pressões externas sejam menos significativas, e por isso não as sentem tanto. Já o grupo que mais usa a estratégia técnica é aquele que sente mais pressão de todos os tipos; portanto, a estratégia resulta da percepção que têm dessas pressões. Constata-se, então, que há um movimento inverso ao do grupo que mais usa a estratégia pessoal. O grupo da estratégia técnica, ao depender de fatores que lhe são exteriores para gerir a sua desconexão (i.e., as próprias características dos dispositivos), vai continuar mais exposto a outras pressões externas, como o trabalho ou os amigos.

3.3.3. Usos (aparelhos, conteúdos, aplicações e redes sociais)

Para caracterizar o uso de meios digitais em relação a cada uma das estratégias, foram analisados quatro indicadores relativos aos aparelhos, aplicações e redes sociais utilizados e aos conteúdos consumidos. Os gráficos referentes a cada um destes indicadores podem ser encontrados no Anexo 3.

A partir do indicador relativo aos aparelhos, com valores entre 1 e 7, em que 7 corresponde à frequência de uso mais regular (Figura A15, Anexo 3), concluiu-se que os aparelhos mais utilizados são o smartphone (grupos: estratégia social (6,41), estratégia pessoal (6,08), estratégia técnica (6,41)) e o computador portátil (grupos: estratégia social (5,05), estratégia pessoal (4,83), estratégia técnica (5,03)). No geral o grupo que mais usa a estratégia social é o que usa mais os aparelhos (computador portátil, smartphone, SmartTv e consola de jogos), com exceção do tablet e computador de secretária, que são mais usados pelo grupo que usa a estratégia pessoal.

Da análise do indicador do conteúdo (Figura A16, Anexo 3), medido entre 1 e 8, com 8 a significar o consumo mais frequente, pode observar-se que os dois conteúdos consumidos de forma mais significativa foram o a televisão em *streaming* (grupos: estratégia social (3,78), estratégia pessoal (4,09), estratégia técnica (3,93)) e a música também em *streaming* (grupos: estratégia social (3,95), estratégia pessoal (4,23), estratégia técnica (4,06)). O grupo que mais usa a estratégia pessoal teve os valores de uso globalmente mais altos, ou seja, é o grupo que consome conteúdo com mais frequência. Porém, há três exceções, duas delas significativas. O grupo que usa mais a estratégia técnica é aquele que mais consome o conteúdo “descarregar filmes/séries gratuitos” (grupos: estratégia social (1,75), estratégia pessoal (1,77), estratégia técnica (1,78)) e “descarregar ficheiros de música de sites gratuitos” (grupos: estratégia social (1,82), estratégia pessoal (1,84), estratégia técnica (1,87)), o que pode sugerir que o grupo que tem usos mais intensos e consome conteúdos que requerem mais competências técnicas vai ter também mais necessidades e competências técnicas.

Quanto aos *social media* usados (Figura A18, Anexo 3), o indicador com valor entre 1 e 6 (em que 6 exprime o uso mais frequente) mostra que os *social media* mais usados são o WhatsApp (grupos: estratégia social (5,67), estratégia pessoal (5,78), estratégia técnica (5,75)), o Facebook (grupos: estratégia social (5,24), estratégia pessoal (5,35), estratégia técnica (5,35)), o Messenger do Facebook (grupos: estratégia social (5,09), estratégia pessoal (5,15), estratégia técnica (5,16)) e depois o Instagram (grupos: estratégia social (4,39), estratégia pessoal (4,92), estratégia técnica (4,77)). Com valores entre o 3 e o 4 encontram-se o YouTube (grupos: estratégia social (3,72), estratégia pessoal (4,02), estratégia técnica (3,91)) e o LinkedIn (grupos: estratégia social (3,08), estratégia pessoal (3,42), estratégia técnica (3,25)). Todas as outras redes sociais, como o Twitter, o Snapchat ou o TikTok, tiveram valores abaixo do 3. O grupo que mais usa a estratégia pessoal é aquele que teve valores de utilização mais altos em todas as redes, com exceção do Messenger (FB), e do Facebook, em que teve o mesmo resultado que o grupo da estratégia técnica. Já as pessoas que menos usam os *social media* são aquelas que mais recorrem a estratégias sociais para a desconexão. Estas duas situações podem estar ligadas à natureza

das redes sociais, particularmente às normas de conectividade que estas impõem. Assim, quem mais usa as redes sociais mais vai querer usar as redes (estimuladas pela construção das próprias redes), daí que sejam necessárias estratégias pessoais, de autocontrolo, para escapar a este ciclo. Por outro lado, para as pessoas que usam menos as redes sociais, as estratégias sociais são suficientes para fazer a desconexão.

O tipo de aplicações (Figura A17, Anexo 3) mais usadas pelos três grupos são as aplicações de contacto, como o Skype ou o Messenger – grupos: estratégia social (94,2%), pessoal (93,8%) e técnica (93,9%). No geral, o grupo que tem percentagens mais elevadas de utilização é o grupo que mais usa a estratégia técnica, o que pode ser explicado pelo maior conhecimento técnico que pode ser necessário para usar aplicações de gestão, de monitorização de saúde e funções vitais ou de multimédia (ou pelo menos para saber que elas existem e tê-las para uso).

3.3.4. Motivações

As motivações para a desconexão com valores mais altos (indicador calculado entre 1 e 7), foram: “estou preocupado/a com a forma como as empresas de tecnologia recolhem os meus dados para fins comerciais” – grupos: estratégia social (5,29), pessoal (5,16) e técnica (5,10) e “não quero estar distraído quando me quero concentrar numa atividade” – grupos: estratégia social (5,45), pessoal (5,45) e técnica (5,07). O grupo que mais usa a estratégia técnica é aquele que tem valores mais baixos nestas duas motivações, o que pode indicar que o seu conhecimento técnico lhe permite estar mais protegido e por isso não sentir que precisa de se desconectar devido a estes fatores.

O grupo que mais usa a estratégia pessoal é aquele que tem o valor mais alto na motivação “às vezes não quero estar disponível para a família e amigos”, o que será uma das razões da natureza da estratégia de desconexão que utiliza.

O grupo que mais usa a estratégia técnica tem valores mais altos nas motivações relacionadas com a sensação de *overload*, como seja “passar demasiado tempo nos meios digitais” – grupos: estratégia social (3,46), pessoal (3,13) e técnica (4,08), “não ter tempo suficiente para passar nos meios digitais” – grupos: estratégia social (3,67), pessoal (3,64) e técnica (3,77), “ficar saturado com a quantidade de informação e comunicação” – grupos: estratégia social (4,53), pessoal (4,44) e técnica (4,68) e “não querer estar distraído/a quando se quer concentrar numa atividade” – grupos: estratégia social (5,45), pessoal (5,45) e técnica (5,47).

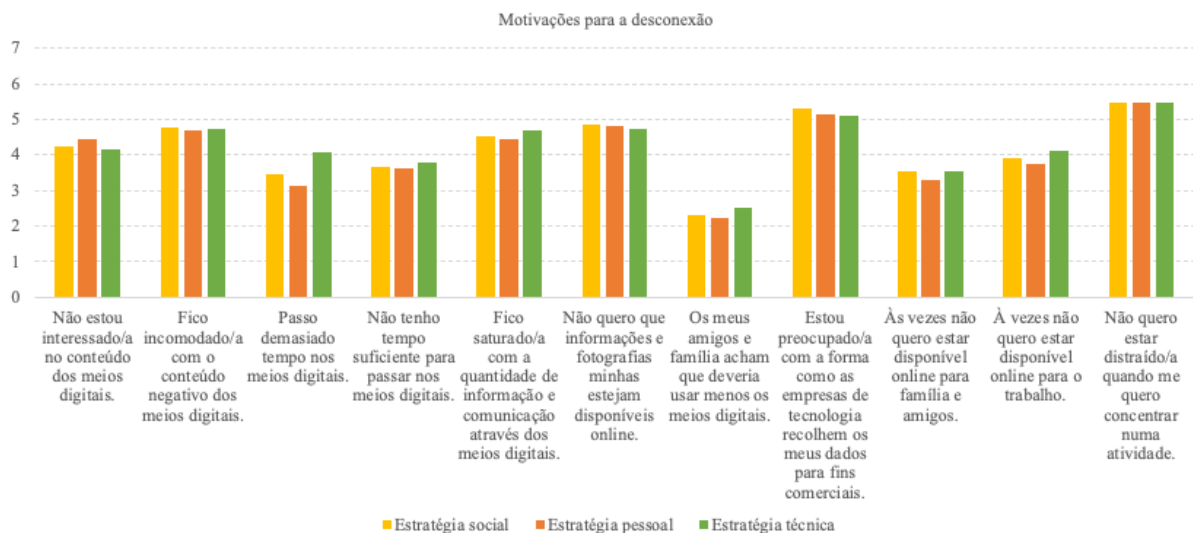


Figura 5 - Motiva\u00e7\u00f5es para a desconex\u00e3o, por estrat\u00e9gia de desconex\u00e3o (indicador calculado de 1 a 7, em que 7 representa o n\u00edvel de acordo m\u00e1ximo); Fonte: Base de dados SPPS, elabora\u00e7\u00e3o pr\u00f3pria.

3.3.5. Perce\u00e7\u00e3o de uso excessivo

A sensa\u00e7\u00e3o de sobreuso dos media digitais foi avaliada atrav\u00e9s de diferentes aspetos, e calculada atrav\u00e9s do indicador de 1 a 5. A \u00fanica manifesta\u00e7\u00e3o do uso excessivo em que todos os grupos tiveram valores altos foi “ter muitas distra\u00e7\u00f5es” – grupos: estrat\u00e9gia social (2,68), pessoal (2,56) e t\u00e9cnica (3,00). O grupo que mais usa a estrat\u00e9gia t\u00e9cnica destacou-se por ter valores mais altos em todos os aspetos avaliados, ou seja, \u00e9 o grupo que mais sente que o uso que faz dos meios digitais \u00e9 excessivo. De forma inversa, o grupo que mais usa a estrat\u00e9gia pessoal foi aquele que teve os valores mais baixos nos diferentes par\u00e2metros, pelo que \u00e9 aquele que menos sente fazer um uso excessivo dos media digitais, que pode estar relacionado com o facto de usar a estrat\u00e9gia de desconex\u00e3o mais ligadas \u00e0s regras que imp\u00f5e a si pr\u00f3prio, de autocontrolo.

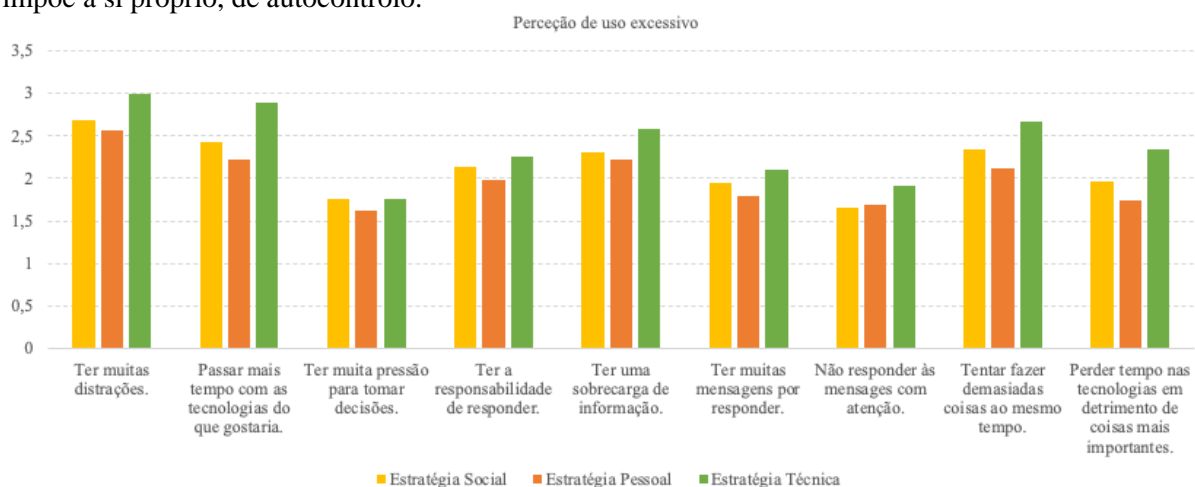


Figura 6 - Perce\u00e7\u00e3o de uso excessivo, por estrat\u00e9gia de desconex\u00e3o (indicador calculado de 1 a 5, em que 5 significa sentir muito a manifesta\u00e7\u00e3o do uso excessivo); Fonte: Base de dados SPPS, elabora\u00e7\u00e3o pr\u00f3pria.

3.3.6. Bem-estar (resultados)

Os resultados atingidos com a desconexão foram medidos através de médias (1 a 7). Aqueles em que os três subgrupos tiveram médias mais altas, ou seja, os resultados que estes subgrupos mais sentiram obter, foram um “relacionamento com os meus pares/ amigos de forma saudável” – grupos: estratégia social (4,74), pessoal (4,54) e técnica (4,34) e “gerir bem as minhas responsabilidades e objetivos” – grupos: estratégia social (4,67), pessoal (4,51) e técnica (4,34).

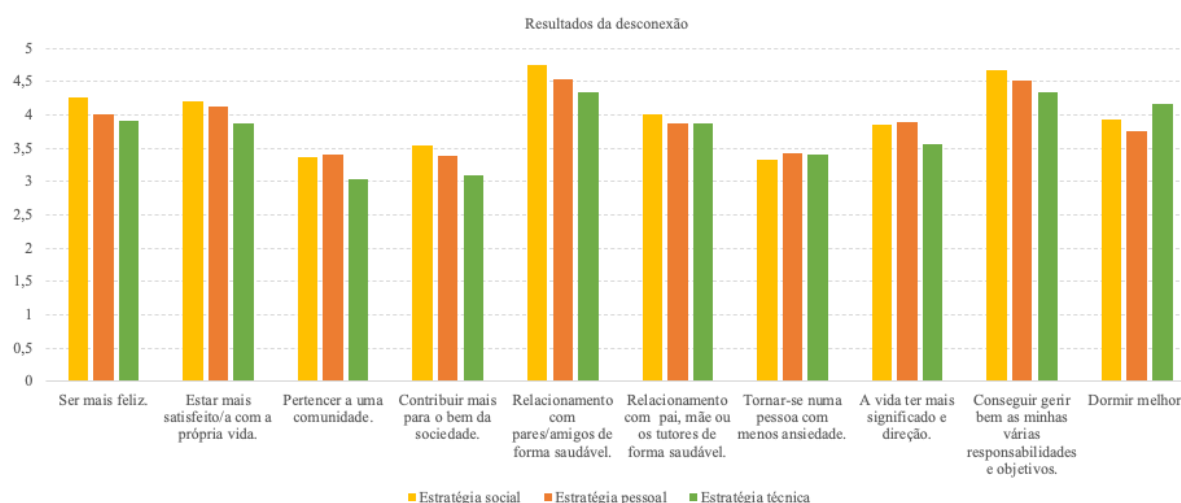


Figura 7 - Resultados obtidos com a desconexão, por estratégia de desconexão (indicador com valor entre 1 e 7, em que 7 corresponde ao nível mais alto de acordo); Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

No geral, o grupo que mais usa a estratégia social foi aquele que obteve melhores resultados com a desconexão. O grupo que mais usa a estratégia pessoal atingiu melhores resultados relacionados com a vida em comunidade “pertencer a uma comunidade” – grupos: estratégia social (3,37), pessoal (3,41) e técnica (3,03) e com o melhoramento pessoal: “a minha vida tem significado e direção” – grupos: estratégia social (3,86), pessoal (3,90) e técnica, e também “tornar-se uma pessoa com menos ansiedade” – grupos: estratégia social (3,33), pessoal (3,42) e técnica (3,40). O grupo com obteve menos resultados com a desconexão foi aquele que mais usa a estratégia técnica.

3.4. Desconexão e desigualdades

Os indicadores de desigualdades foram analisados através do cálculo de frequências relativas para os subgrupos. Relativamente à idade (Figura 8), as principais diferenças entre grupos estão graficamente representadas na figura abaixo, realçando-se que os jovens usam mais a estratégia técnica, talvez por conseguirem manejar os dispositivos e plataformas a seu favor no que toca à desconexão, ou por sentirem mais pressão do uso excessivo. As pessoas mais velhas usam mais a estratégia pessoal, o que pode ser uma consequência de uma menor proficiência nas tecnologias digitais ou de uma maior preferência pelas estratégias que permitem um maior autocontrolo e da criação de regras autoestabelecidas.

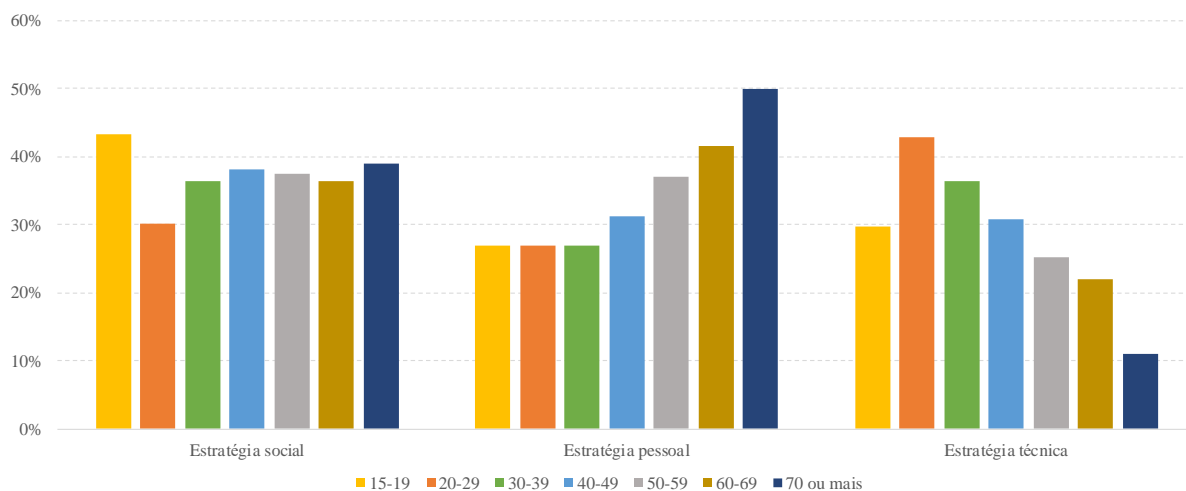


Figura 8 – Distribuição de grupos etários por estratégia de desconexão; Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

No que toca ao género (Figura 9), tanto o grupo que mais usa a estratégia social como pessoal tiveram percentagens mais altas de pessoas que se identificam o género não-binário. Já o grupo que mais usa a estratégia técnica destaca-se por ter a percentagem mais alta do género feminino e a percentagem mais baixa do género masculino. Esta situação é especialmente curiosa dada a conotação geral de que os homens têm mais aptidão para aspetos técnicos. O género masculino usa mais a estratégia social.

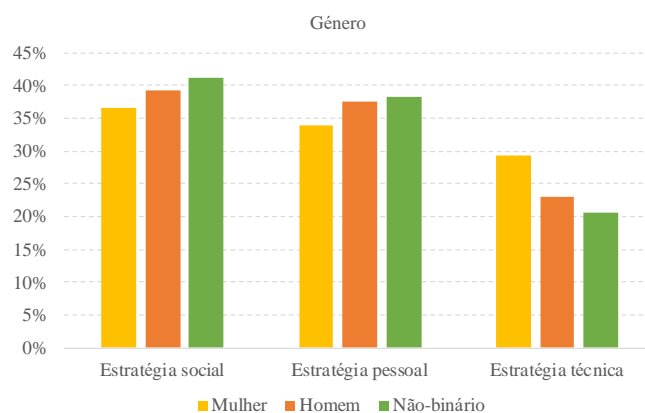


Figura 9 – Distribuição do género, por estratégia de desconexão; Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

Quanto à escolaridade (Figura 10), destaca-se a maior presença de pessoas com ensino primário no grupo da estratégia social, em relação aos outros grupos e com o ensino básico. No grupo que mais usa a estratégia técnica há mais pessoas com ensino superior e com o ensino básico e menos pessoas com o ensino secundário. Olhando para o gráfico de outra forma, pode observar-se que as pessoas com ensino primário usam mais a estratégia social, as pessoas com o ensino básico encontram-se distribuídas de forma muito similar pelas estratégias social e pessoal. Já as pessoas com o ensino secundário dão preferência à estratégia pessoal e social e as pessoas com ensino superior estão distribuídas por todas as

estratégias de forma parecida, de forma talvez curiosa, não são parciais à estratégia técnica (que poderia ser consequência do seu nível de educação).

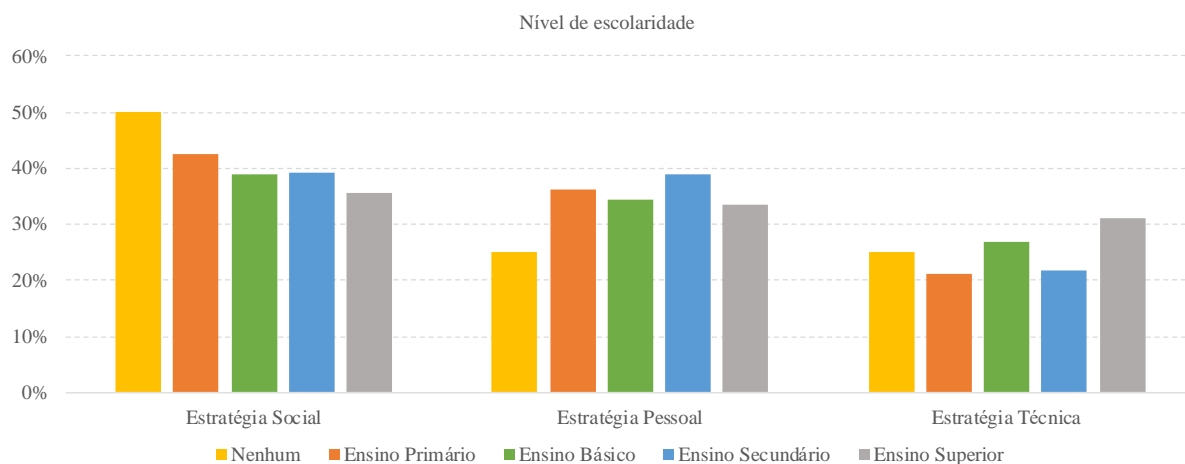


Figura 10 – Distribuição do nível de escolaridade, por estratégia de desconexão; Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

Já em relação ao estágio de vida (Figura 11), nos grupos que mais usam a estratégia social nota-se uma maior percentagem de pessoas “solteiras dependentes”, dados que podem ser explicados pela menor existência de jovens no geral nestes grupos. No grupo que mais usa a estratégia técnica há menos pessoas “casadas ou em coabitação com filhos entre os 13 e os 17 anos”. As pessoas com dependentes a seu cargo recorrem mais à estratégia social.

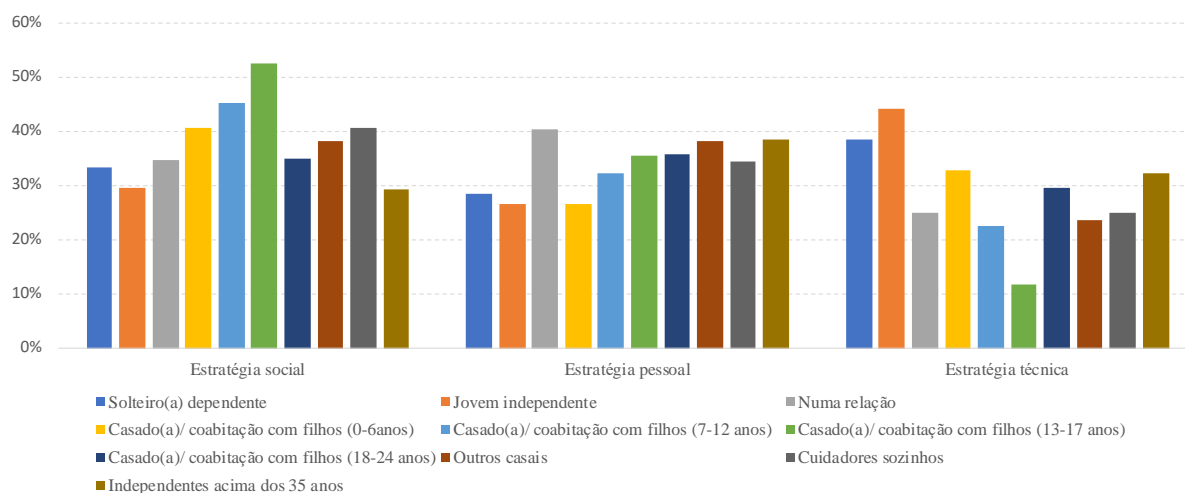


Figura 11 – Distribuição do estágio de vida, por estratégia de desconexão; Fonte: Base de dados SPPS, elaboração própria.

As pessoas casadas ou em coabitação com filhos entre os 0 e os 17 anos dão preferência à estratégia social, talvez por coincidir com a altura em que as crianças andam na escola e ainda moram em casa dos pais e à necessidade/ tentativa de incutir regras sobre o uso do digital, Os cuidadores

sozinhos preferem a estratégia social. As pessoas que indicaram estar “numa relação” e os “os independentes acima dos 35 anos” são as únicas a preferir a estratégia pessoal.

No que diz respeito à profissão (Figura 12) no grupo que mais usa a estratégia social há mais trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta e profissionais das forças armadas. Quanto à estratégia pessoal, há mais pessoas do grupo de trabalhadores não qualificados da indústria extrativa e do grupo que inclui operadores de instalações. Na estratégia técnica destaca-se a presença de pessoas do grupo empregado nos serviços pessoais, no grupo que inclui os trabalhadores de limpeza e trabalhador não qualificado da agricultura.

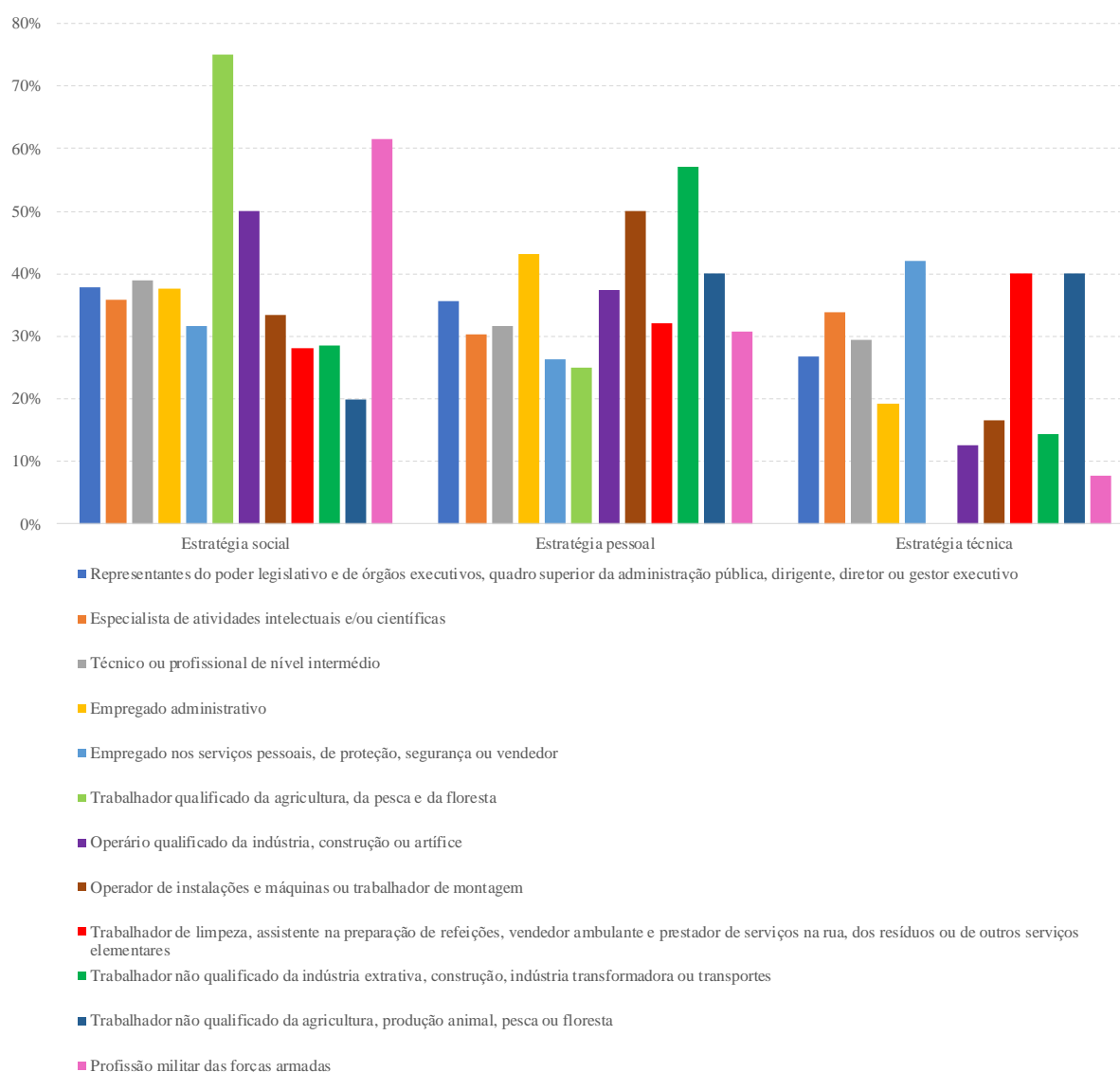


Figura 12 – Distribuição da profissão por grupo profissional e estratégia de desconexão; Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

4. CAPÍTULO | Conclusões

Vivemos numa sociedade digital. Acima falou-se das balanças, que antes funcionavam com ponteiros e hoje funcionam com dígitos, para exemplificar esta passagem do analógico para o digital. Os anos 90 marcaram o advento desta nova sociedade (Lindgren, 2017), que, apesar de ter um momento de nascimento específico, se estende no tempo até hoje. (E por falar em tempo, é possível que no vosso pulso encontrem, não um mostrador com ponteiros que corre atrás dos segundos e minutos, mas um *smartwatch* que, para além de dizer as horas consegue controlar funções vitais ou até receber chamadas.)

A transformação da sociedade digital não aconteceu de maneira uniforme em todos os lugares e para todas as pessoas. E se as primeiras teorias apontavam para que o digital fosse a cura para as desigualdades sociais existentes, mais tarde percebeu-se que esse não seria o caso (Chen e Wellman, 2005; Lindgren, 2017). Uma das primeiras teorias que deu forma à relação que se estabelecia entre as tecnologias digitais e as desigualdades foi o conceito *digital divide* que se centrou, primeiro na divisão criada entre aqueles que tinham, ou não acesso a estas tecnologias, e depois evoluiu para abarcar dimensões como as competências para o uso e os resultados que dele se obtinham (Dimaggio e Hargittai, 2001; Ragnedda e Ruiu, 2017; van Dijk, 2020). Teorias mais recentes, inspiradas pela definição de capital de Bourdieu procuram entender como é que estes resultados obtidos com a utilização dos media digitais podem ser reconvertidos, de novo, em capital social ou cultural – a esta transformação de capital dão o nome de capital digital (Ragnedda e Ruiu, 2020).

Porém, há outros autores que afirmam que as desigualdades que surgem como consequência das tecnologias digitais extravasam aquelas até agora apontadas. Derivado da ubiquidade destas tecnologias, que agora permeiam todas as esferas da vida (Deuze, 2011), e à aceleração e compressão do tempo que com elas vieram, as normas de comportamento passaram a ser as da conectividade e disponibilidade constante (Büchi et al., 2019; Jorge, 2019; Nguyen et al., 2022; Vanden Abeele, 2021). Essas normas e expectativas fazem com que a conexão permanente se transforme numa forma de desigualdade digital devido ao impacto negativo que tem no bem-estar subjetivo dos utilizadores (Büchi, 2021; Büchi et al., 2019; Gui e Büchi, 2021; Vanden Abeele, 2021). A desconexão, que inicialmente foi estudada como “não-uso”, surge agora como uma necessidade a todos aqueles que conectam, não deve assim ser entendida como oposto de conexão, mas como algo que lhe dá significado (Kania-Lundholm, 2021), existindo tantas formas de desconexão como razões que a motivam (Baumer, 2018).

Para além dos diferentes tipos de desconexão que existem, dos motivos que a justificam, também é preciso considerar os fatores que a influenciam. Foi esse o objeto deste estudo, perceber que diferentes fatores condicionam a desconexão. Para investigar esses fatores foi desenvolvido um modelo de análise que previa que o uso dos meios digitais fosse condicionado por fatores de retração (isto é, fatores que afastam as pessoas de um uso mais frequente) e pela perceção de normas (ou seja, pela existência de pressões externas que incentivam a conexão). Já o uso dos media digitais seria influenciado, ao mesmo tempo que influenciava, as motivações que levam à desconexão. Também a perceção de uso excessivo

seria condicionada pelo uso do digital. Estas duas últimas variáveis, as motivações e a percepção do uso excessivo iam, por sua vez, condicionar a desconexão que condicionaria o bem-estar subjetivo das pessoas (avaliado através dos resultados para o bem-estar obtidos com a desconexão) e as desigualdades sociais existentes (ao mesmo tempo que seria condicionado por estas).

Um dos pontos fortes deste estudo é mostrar o quão grande é a variedade desses fatores. Assim, podemos afirmar que, de forma geral, aquilo que o modelo de análise previu foi faz sentido – com gradações específicas para cada uma das variáveis analisadas. Abaixo faz-se um resumo do que se aferiu sobre cada variável.

Os fatores de retração e a percepção de normas são fatores que influenciam a desconexão no sentido em que precedem a própria conexão. De todos os fatores de retração estudados, os mais significativos para os três grupos das estratégias de desconexão foram: as questões de privacidade e a falta de confiança em alguns programas ou serviços, como apontados por Kania-Lundholm (2021).

Quanto à percepção de normas, investigada através da pressão para estar online, aquela que mais respondentes afirmaram influenciar as suas práticas de desconexão foi o trabalho, como previsto por Büchi et al. (2019). A forma mais complexa de interpretar a origem das normas sociais que Van Dijck (2013) defende pode explicar o porquê de os respondentes sentirem estas pressões de formas menos significativas. Dito de outra forma, enquanto a pressão do trabalho se materializa facilmente num telefonema ou email a que é necessário responder fora do horário do expediente, a pressão exercida pela família e amigos pode acontecer de forma mais indireta através do fenómeno de equivaler “conexão” a “conetividade”, como explica a mesma autora. De uma forma geral, os dados mostraram que existem diferentes pressões para a conexão, apesar de os valores serem mais baixos do que os esperados.

Em relação às motivações para a desconexão, destacam-se, por um lado, aquelas que protegem a privacidade e que procuram evitar conteúdo negativo, como previsto por Nguyen e colegas (2022) ou Kania-Lundholm (2021), que inclusive agrupam estas duas dimensões no mesmo grupo de motivações. Por outro lado, foi possível observar que a desconexão é usada como resposta à sensação de *overload*, o que aliás é apontado por vários autores (Nguyen et al., 2022; Syvertsen e Elin, 2020, como citados em Kaun, 2021).

No que toca à percepção de uso excessivo destaca-se a sensação de que existem demasiadas distrações, uma das manifestações do fenómeno identificadas por Gui e Büchi (2019). A princípio, não se esperava que as pessoas que mais usam as estratégias de desconexão tivessem esta percepção de uso excessivo, porque o colmatam através da desconexão. Os valores altos dados à questão sobre as distrações indicam que a desconexão é insuficiente para lidar com esta dimensão do uso das tecnologias digitais.

Os resultados da desconexão foram, no geral, muito altos, e em específico para o grupo que usa estratégias sociais, o que indica que os objetivos que este grupo tem para a desconexão são cumpridos. Usando de forma muito sintética a definição de Büchi (2021), que define bem-estar como satisfação geral com a vida e os sentimentos que se experimentam, para assim poder analisar as respostas às alíneas

sentir-se “mais feliz” e “mais satisfeito com a minha vida” com esta lente, podemos referir que a desconexão contribui para a manutenção de níveis de bem-estar mais elevados.

Quanto às variáveis sociodemográficas, pode concluir-se que todas elas moldam a desconexão, sendo que as maiores clivagens se encontram no estágio de vida, como sugerido pela literatura (Ganito e Jorge, 2018; Nguyen et al., 2022).

Um dos contributos desta investigação para a literatura sobre a desconexão digital, o bem-estar e as desigualdades, é ter estudado a desconexão a partir de três grupos distintos, de acordo com a estratégia de desconexão que mais afirmavam usar: estratégia social, pessoal e técnica. Do cruzamento destes grupos com as diferentes variáveis em análise foi possível descobrir algumas tendências.

Em relação ao grupo que mais usa a estratégia técnica constata-se que há mais mulheres a usar esta estratégia, mais pessoas com o ensino superior e que é a estratégia preferidas das pessoas nas faixas etárias entre os 20 e os 49 anos. São o grupo que mais sente pressão para estar conectado devido ao trabalho. De forma talvez curiosa, as pessoas com estão empregados nos serviços pessoais, de proteção, segurança ou de venda, bem como o grupo correspondente aos trabalhadores de limpeza ou assistentes na preparação de refeição preferem esta estratégia e aos trabalhadores não qualificados da agricultura. Quanto ao estágio de vida é mais usada por jovens independentes e por solteiros dependentes.

A estratégia social vai é mais usada pelas pessoas casadas ou em coabitação com filhos entre os 0 e os 17 anos. As pessoas com filhos entre os 18 e 24 preferem a estratégia técnica. Esta analisada à luz da idade dos filhos pode significar que há uma preferência pela estratégia social na tentativa de impor algumas regras na idade formativa das crianças. A estratégia social é aquela que vai gerar melhores resultados, ou seja, as pessoas que usam esta estratégia são aquelas para quem a desconexão é mais proveitosa. Pelo contrário, o grupo que mais usa a estratégia técnica é aquele que vai ter valores mais baixos nos resultados obtidos com a desconexão. Facto que pode ser explicado pela maior perceção de uso excessivo e de *overload* digital que se identificou neste grupo. Esta é a estratégia preferida dos grupos profissionais: “trabalhador qualificado da agricultura, das pescas, e da floresta” e “profissão militar das forças armadas”.

Em relação ao grupo que mais usa a estratégia pessoal constata-se um fenómeno interessante em comparação com o grupo que mais usa a estratégia técnica: o grupo que usa a estratégia técnica é aquele que mais sente pressões externas para estar conectado, enquanto o grupo que usa a estratégia pessoal é o que menos sente estas pressões. Isto relaciona-se com o tipo de estratégia utilizada para a desconexão. Assim, o grupo que mais usa a estratégia técnica vai estar dependente de fatores externos, como as características dos dispositivos ou das plataformas para gerir a sua desconexão e assim vai continuar exposto a pressões vindas do trabalho ou dos amigos. Já o grupo que usa mais a estratégia pessoal, vai criar as próprias regras, e com isso ter mais controlo na pressão que (não) sente vinda de fatores que lhe são externos.

De uma forma geral, as pessoas mais jovens não vão praticar tanto a desconexão e os grupos etários com 50 ou mais anos vão preferir a estratégia pessoal.

4.1. Limitações da pesquisa e investigação futura

Este estudo tem várias limitações. O primeiro prende-se com a amostra, que apesar das tentativas para que fosse representativa tem alguns grupos sobre-representados, por exemplo, o género feminino ou as pessoas com o ensino superior completo. Para além disto, análises mais complexas poderiam ter facilitado a análise dos dados e feito com que mais conclusões pudessem ser retiradas. Há pequenas falhas no questionário, como por exemplo, na questão 12, alínea 6, perguntou-se se os respondentes sentem que se relacionam com o seu pai, mãe ou tutores de forma saudável, o que faz com que as pessoas mais velhas e que já não tenham pais não possam responder. Trocar por “família” resolveria o problema. Uma outra limitação é a ausência de uma variável que explore especificamente o bem-estar digital.

A investigação futura supõe, desde logo, a análise das questões do questionário que não foram usadas neste trabalho, como sejam a influência dos fatores sociodemográficos na desconexão. Também poderá contemplar a utilização de ponderadores para tornar a amostra representativa da população portuguesa e assim poder fazer extrapolações em relação aos resultados obtidos. Para além disto, será interessante perceber como funciona (ou até, se existe) a sobreposição entre os três grupos aqui apresentados, e perceber se outros fatores como a religião ou o local de residência contribuem para uma melhor definição de cada um dos grupos. Poderá também ser estudada a forma como os benefícios adquiridos com a desconexão podem ser transformados em outros tipos de capital.

Referências Bibliográficas

- Baldi, V. (2018). A construção viral da realidade: ciberpopulismos e polarização dos públicos em rede. *Observatório*, *Special Issue*, 4–20.
- Baumer, E. P. S. (2018). Socioeconomic inequalities in the non/use of Facebook. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 2018-April. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174190>
- Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media and Society*, 11(6), 985–1002. <https://doi.org/10.1177/1461444809336551>
- Birnholtz, J. (2010). Adopt, adapt, abandon: Understanding why some young adults start, and then stop, using instant messaging. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1427–1433. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.04.021>
- Böhnke, P., & Kohler, U. (2010). Well-being and Inequality. Em S. Immerfall & G. Therborn (Eds.), *Handbook of European Societies* (pp. 629–666). Springer.
- Bourdieu, P. (1979). O habitus e o espaço dos estilos de vida. Em *A Distinção: uma crítica social da faculdade do juízo* (pp. 269–317). Edições 70.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. Em J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Bloomsbury Publishing PLC.
- Büchi, M. (2021). Digital well-being theory and research. *New Media and Society*, 1–18. <https://doi.org/10.1177/14614448211056851>
- Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2019). Digital Overuse and Subjective Well-Being in a Digitized Society. *Social Media and Society*, 5(4). <https://doi.org/10.1177/2056305119886031>
- Cappello, G. (2017). Literacy, media literacy and social change. Where do we go from now? *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 31–44. <https://doi.org/10.14658/pupj-ijse-2017-1-3>
- Chen, W., & Wellman, B. (2005). Minding the Cyber-Gap: the Internet and Social Inequality. Em M. Romero & E. Margolis (Eds.), *The Blackwell Companion to Social Inequalities* (pp. 523–545). Blackwell Publishing.
- Conceição, P. (2019). *Human development report 2019: beyond income, beyond averages, beyond today: inequalities in human development in the 21st century*.
- Costa, A. F. da. (2009). *Sociologia* (6ª). Quimera.
- Costa, A. F. da. (2012). *Desigualdades Sociais Contemporâneas*. Mundos Sociais.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture and Society*, 33(1), 137–148. <https://doi.org/10.1177/0163443710386518>
- Dimaggio, P., & Hargittai, E. (2001). *From the «Digital Divide» to «Digital Inequality»: Studying Internet Use as Penetration Increases* (15).
- Dimaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Social Implications of the Internet. *Source: Annual Review of Sociology*, 27, 307–336.
- Dufva, T., & Dufva, M. (2019). Grasping the future of the digital society. *Futures*, 107, 17–28. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.11.001>
- EQLS. (2016). *European Quality of Life*. <https://doi.org/10.2806/707101>
- ERC. (2016). *As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal*.
- ESS. (2020). *European Social Survey 2020*.
- Fast, K. (2021). The disconnection turn: Three facets of disconnective work in post-digital capitalism. *Convergence*, 27(6), 1615–1630. <https://doi.org/10.1177/13548565211033382>
- Fast, K., Lindell, J., & Jansson, A. (2021). Disconnection as Distinction: A Bourdieusian Study of Where People Withdraw from Digital Media. Em A. Jansson & P. C. Adams (Eds.), *Disentangling: The Geographies of Digital Disconnection* (pp. 61–90). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197571873.003.0004>
- Ferreira, P. M. (2019). *Desigualdades e Desenvolvimento: O contributo de Portugal para a concretização do ODS10*.
- Fraser, N. (2008). Reframing Justice in a Globalizing World. Em *Scales of Justice* (pp. 12–29).

- Ganito, C., & Jorge, A. (2018). On/Off: conectar e desconectar do mundo digital. *Selected Papers of #AoIR2017: The 18th Annual Conference of the Association of Internet Researchers*.
- Goodman, S. G. (2023). Paid Time Off vs. Pretend Time Off: The Practice of Disconnecting. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2023/08/04/paid-time-off-vs-pretend-time-off-the-practice-of-disconnecting/>
- Gui, M., & Büchi, M. (2021). From Use to Overuse: Digital Inequality in the Age of Communication Abundance. *Social Science Computer Review*, 39(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/0894439319851163>
- Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). Digital well-being. Developing a new theoretical tool for media literacy research. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 155–173. <https://doi.org/10.14658/pupj-ijse-2017-1-8>
- Gui, M., & Gerosa, T. (2021). Smartphone pervasiveness in youth daily life as a new form of digital inequality. Em E. Hargittai (Ed.), *Handbook of Digital Inequality* (pp. 131–147). Edward Elgar Publishing.
- Harari, N. Y. (2021, Março 12). Lições de um ano de covid. *Expresso*. <https://leitor.expresso.pt/semanario/semanario2524/html/revista-e/-e/licoes-de-um-ano-de-covid>
- Hargittai, E. (2011). Minding the digital gap: why understanding digital inequality matters. Em S. Papathanassopoulos (Ed.), *Media Perspectives for the 21st Century*. Routledge.
- Harro-Loit, H., & Kõuts-Klemm, R. (2022). Temporality of contemporary media usage practices: Types of pauses. *European Journal of Communication*, 37(5), 512–528. <https://doi.org/10.1177/02673231221082239>
- Helsper, E. J. (2021). *The Digital Disconnect: The Social Causes and Consequences of Digital Inequalities*. Sage.
- Henwood, F., Wyatt, S., Miller, N., & Senker, P. (2000). Critical perspectives on technologies, inequalities and the information society. Em S. Wyatt, F. Henwood, N. Miller, & P. Senker (Eds.), *Technology and In/Equality: Questioning the information society* (pp. 1–18). Routledge.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35(2), 441–456.
- International Telecommunication Union. (2022). *Measuring digital development*. https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-ict_mdd-2022/
- Jorge, A. (2019). Social Media, Interrupted: Users Recounting Temporary Disconnection on Instagram. *Social Media and Society*, 5(4), 1–19. <https://doi.org/10.1177/2056305119881691>
- Jorge, A., Amaral, I., & Alves, A. de M. (2022). «Time Well Spent»: The Ideology of Temporal Disconnection as a Means for Digital Well-Being. *International Journal of Communication*, 16, 1551–1572. <http://ijoc.org>.
- Jorge, A., Nunes, N., Neto, F., & Botelho, M. do C. (2023). Inequalities in digital disconnection experiences in Portugal. *International Association for Media and Communication Research*.
- Kania-Lundholm, M. (2021). Why Disconnecting Matters: Towards a Critical Agenda on Online Disconnection. Em A. Chia, A. Jorge, & T. Karppi (Eds.), *Reckoning with Social Media* (pp. 13–36). Rowan & Littlefield.
- Karppi, T., Chia, A., & Jorge, A. (2021). In the mood for disconnection. *Convergence*, 27(6), 1599–1614. <https://doi.org/10.1177/13548565211034621>
- Kaun, A. (2021). Ways of seeing digital disconnection: A negative sociology of digital culture. *Convergence*, 27(6), 1571–1583. <https://doi.org/10.1177/13548565211045535>
- Lamont, M., Beljean, S., & Clair, M. (2014). What is missing? Cultural processes and causal pathways to inequality. *Socio-Economic Review*, 12(3), 573–608. <https://doi.org/10.1093/ser/mwu011>
- Lee, C. S., Abu Bakar, N. A. B., Muhammad Dahri, R. B., & Joanna Sin, S. C. (2015). Instagram this! sharing photos on Instagram. *Lecture Notes in Computer Science*, 9469, 132–141. https://doi.org/10.1007/978-3-319-27974-9_13
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. Sage Publications.
- Livingstone, S. (2008). Engaging with media - a matter of literacy? *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 51–62.
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. Routledge.

- Luz, B. (2022). *Average annual wages in Portugal from 2000 to 2021*.
- Maton, K. (2008). Habitus. Em M. Grenfell (Ed.), *Pierre Bourdieu: Key Concepts* (pp. 49–68). Acumen.
- Micheli, M. (2021). Avoiding Facebook: low-income youths’ (negative) discourses about Facebook. Em E. Hargittai (Ed.), *Handbook of Digital Inequality* (pp. 148–164). Edward Elgar Publishing.
- Milanovic, B. (2012). *Global Income Inequality by the Numbers: in History and Now*. <http://econ.worldbank.org>.
- Milanovic, M. (2015). Human Rights Treaties and Foreign Surveillance: Privacy in the Digital Age. *Harvard International Law Journal*, 56(1). <https://treaties.un.org/>
- Mosco, V. (2017). *Becoming Digital: Toward a Post-Internet Society*. Emerald Publishing.
- Nguyen, M. H., Büchi, M., & Geber, S. (2022). Everyday disconnection experiences: Exploring people’s understanding of digital well-being and management of digital media use. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221105428>
- Nguyen, M. H., Hargittai, E., Fuchs, J., Djukaric, T., & Hunsaker, A. (2021). Trading spaces: How and why older adults disconnect from and switch between digital media. *Information Society*, 37(5), 299–311. <https://doi.org/10.1080/01972243.2021.1960659>
- Ofcom. (2018). *Adults’ Media Use and Attitudes Report*.
- Piketty, T., & Saez, E. (2014). Inequality in the long run. *Science*, 344(6186), 838–843. <https://doi.org/10.1126/science.1251936>
- Pordata. (2023). *Gini index (%) Measures the inequality of income distribution*.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. Van. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva.
- Ragnedda, M. (2017). The evolution of the digital divide. Em *The Third Digital Divide: A Weberian Approach to Digital Inequalities* (pp. 9–28). Routledge.
- Ragnedda, M., & Ruiu, M. L. (2017). Social capital and the three levels of the digital divide. Em M. Ragnedda & G. W. Muschert (Eds.), *Theorizing Digital Divides* (pp. 21–34). Routledge.
- Ragnedda, M., & Ruiu, M. L. (2020). *Digital Capital, A Bourdieusian Perspective on the Digital Divide*. Emerald Publishing.
- Reisdorf, B. C., & Groseelj, D. (2017). Internet (non-)use types and motivational access: Implications for digital inequalities research. *New Media and Society*, 19(8), 1157–1176. <https://doi.org/10.1177/1461444815621539>
- «Right to disconnect» should be a an EU-wide fundamental right, MEPs say. (2021, Janeiro 21). News European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20210114IPR95618/right-to-disconnect-should-be-an-eu-wide-fundamental-right-meps-say>
- Rotondi, V., Stanca, L., & Tomasuolo, M. (2017). Connecting alone: Smartphone use, quality of social interactions and well-being. *Journal of Economic Psychology*, 63, 17–26. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2017.09.001>
- Therborn, G. (2006). Meaning, Mechanisms, Patterns and Forces: An Introduction. Em G. Therborn (Ed.), *Inequalities of the World: New Theoretical Frameworks, Multiple Empirical Approaches* (pp. 1–60). Verso.
- Thrift, N. (2004). Remembering the technological unconscious by foregrounding knowledges of position. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22, 175–190. <https://doi.org/10.1068/d321t>
- Tilly, C. (1999). Of essence and bonds. Em *Durable Inequality* (pp. 1–24). University of California Press.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J. (2020). *The Digital Divide*. Polity Press.
- Vanden Abeele, M. M. P. (2021). Digital Wellbeing as a Dynamic Construct. *Communication Theory*, 31(4), 932–955. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa024>
- Veenhoven, R. (2008). Sociological Theories of Subjective Well-Being. Em M. Eid & R. Larsen (Eds.), *The Science of Subjective Well-Being: A tribute to Ed Diener* (pp. 44–61). Guilford Publications.
- Verhulsdonck, G., Melton, J., & Shah, V. (2019). Disconnecting to Connect: Developing Postconnectivist Tactics for Mobile and Networked Technical Communication. *Technical Communication Quarterly*, 28(2), 152–164. <https://doi.org/10.1080/10572252.2019.1588377>

Warschauer, M. (2003). Models of Access: Devices, Conduits and Literacy. Em *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide* (pp. 31–48). The MIT Press.

Anexos

Anexo 1: Caracterização da amostra (n=1524)

Género – Qual a sua identidade de género?

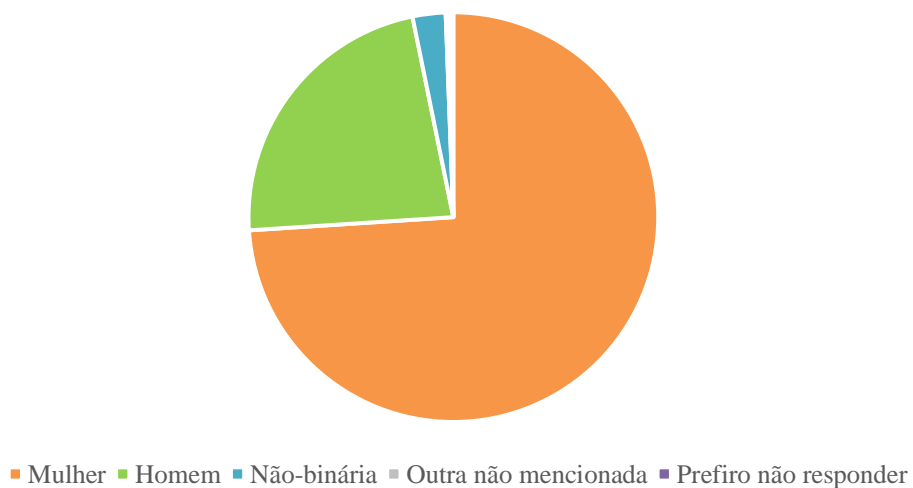


Figura A1 – Género (n=1524) Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

Nível de escolaridade - Quantos anos completos de escolaridade terminou?

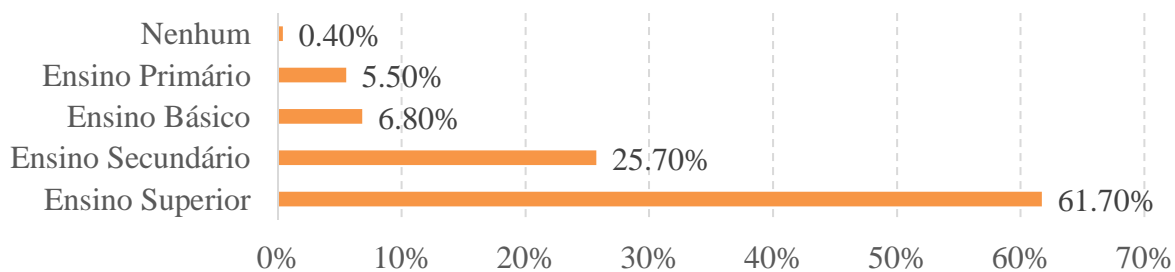


Figura A2 - Nível de escolaridade (n=1524) Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

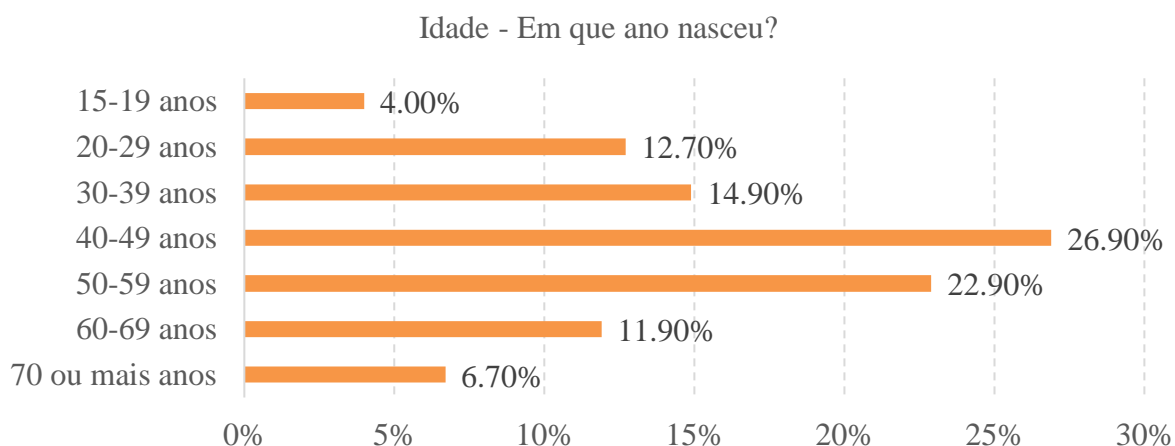


Figura A3 - Idade (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

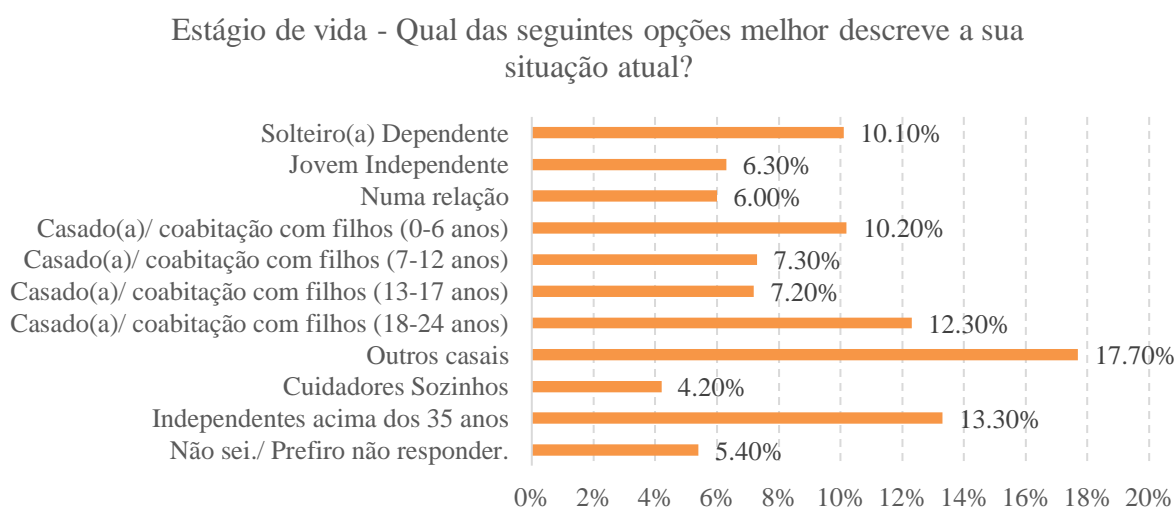


Figura A4 - Estágio de vida (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

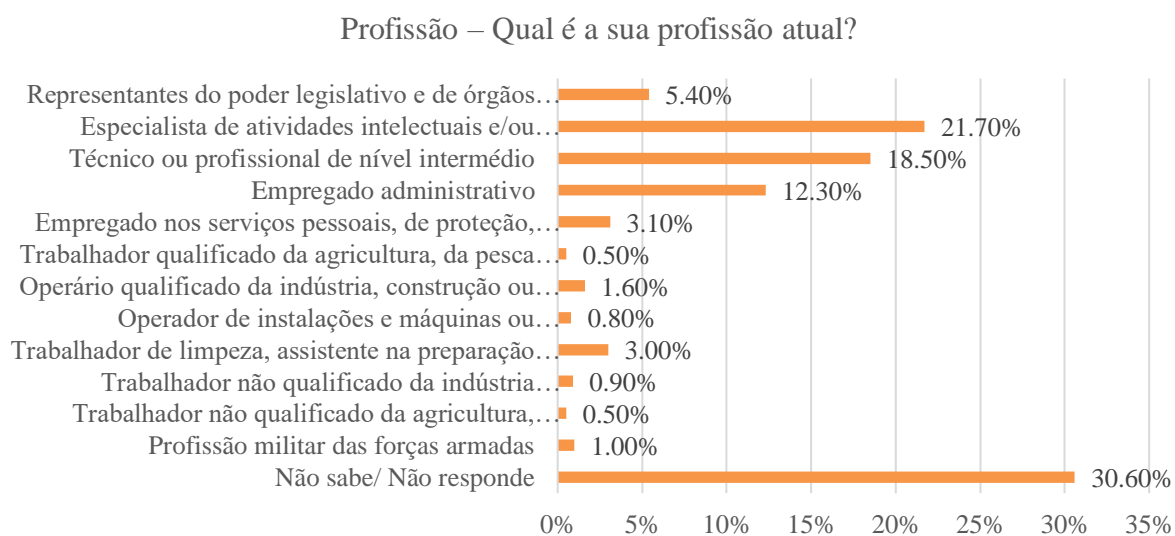


Figura A5 - Profissão (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

Anexo 2: Análise descritiva (n=1524)

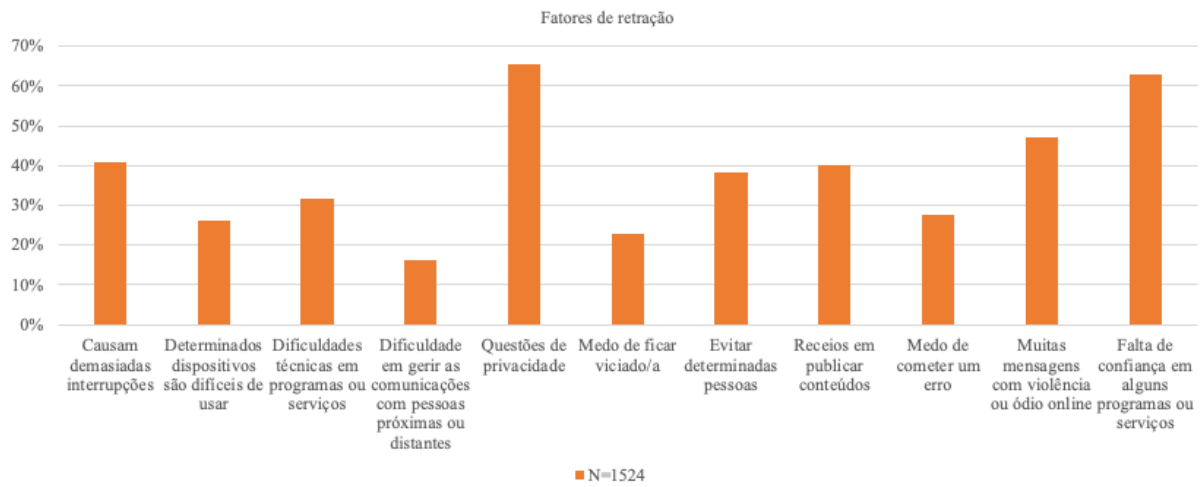


Figura A6 - Fatores de retração (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

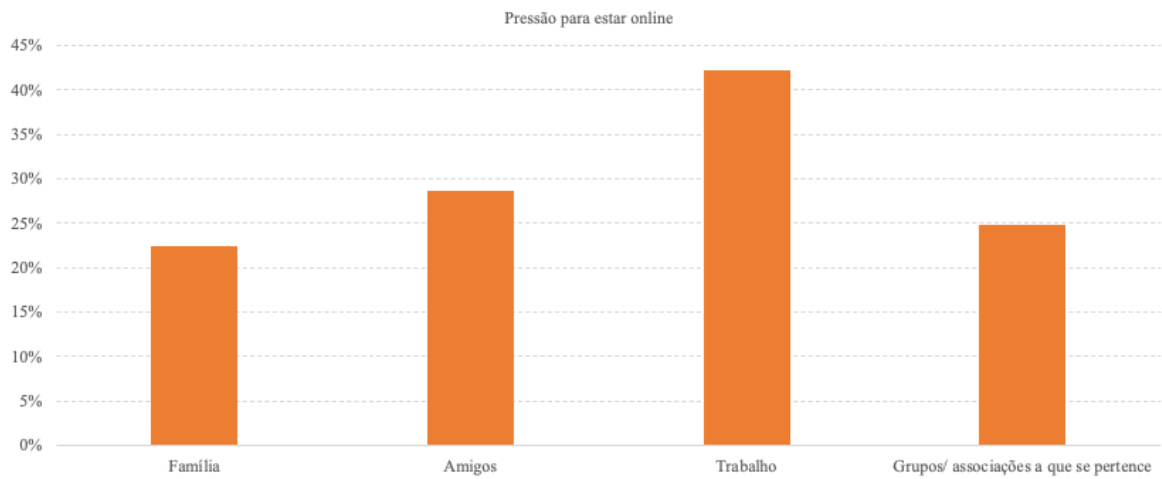


Figura A7 - Pressão para estar online (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

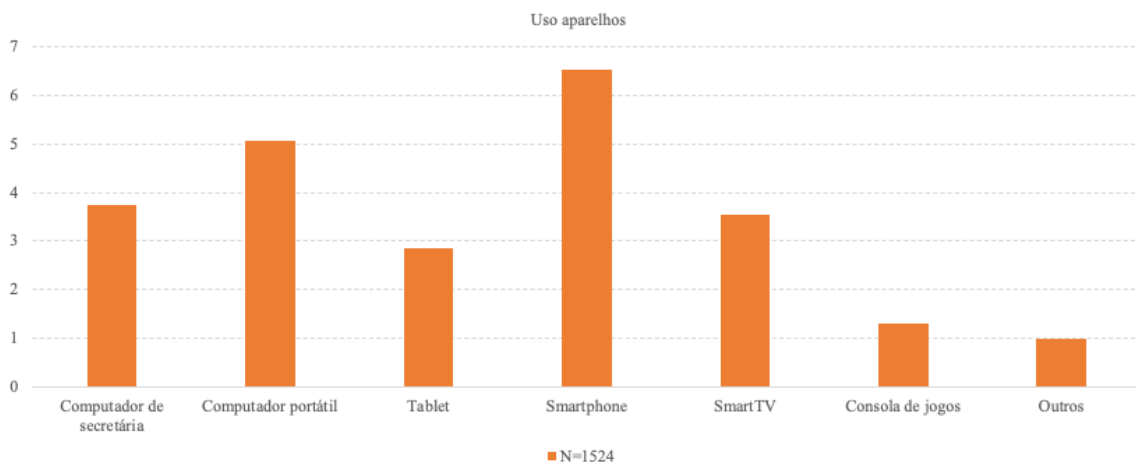


Figura A8 – Aparelhos, de 1 a 7, em que 7 indica maior utilização (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

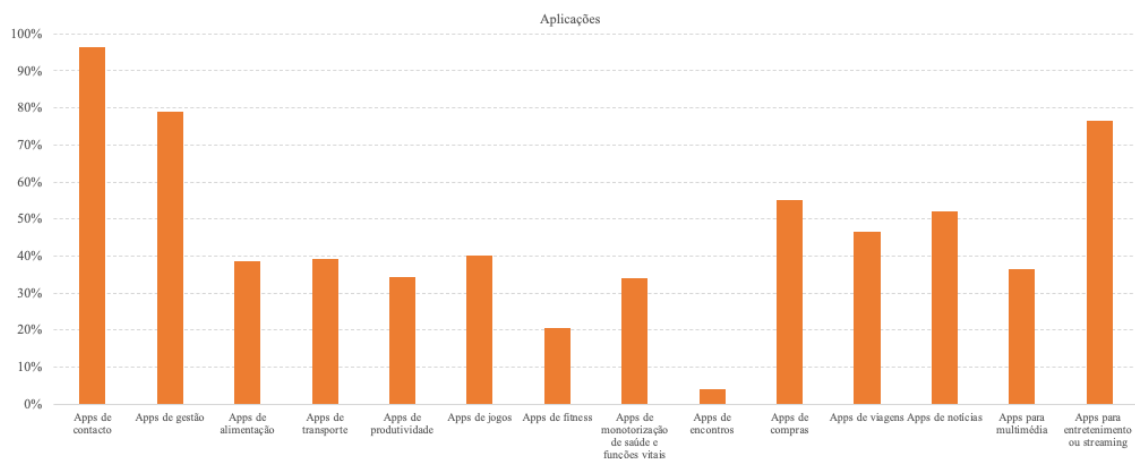


Figura A10 – Aplicações, % de pessoas que afirmaram usar cada tipo de aplicações (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

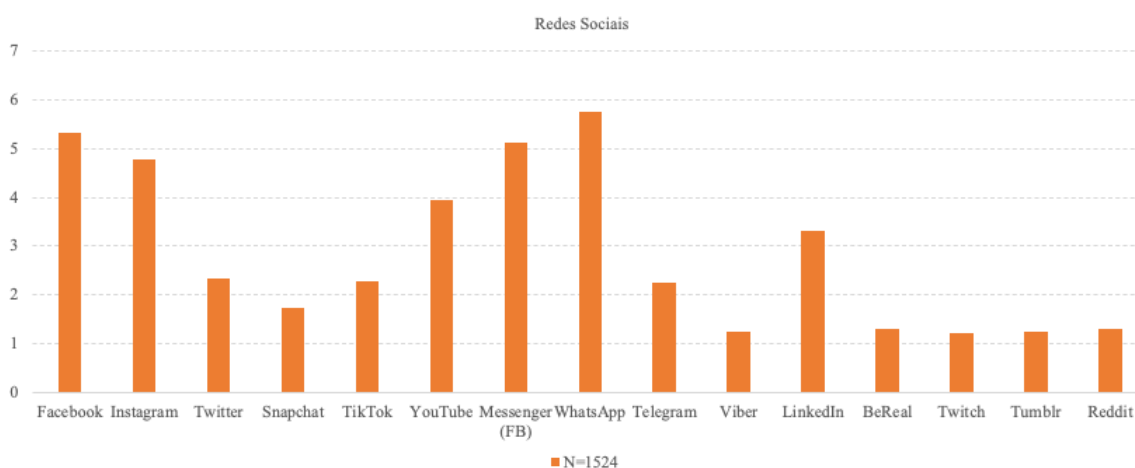


Figura A9 – Redes sociais, de 1 a 6, em que 6 indica maior uso (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

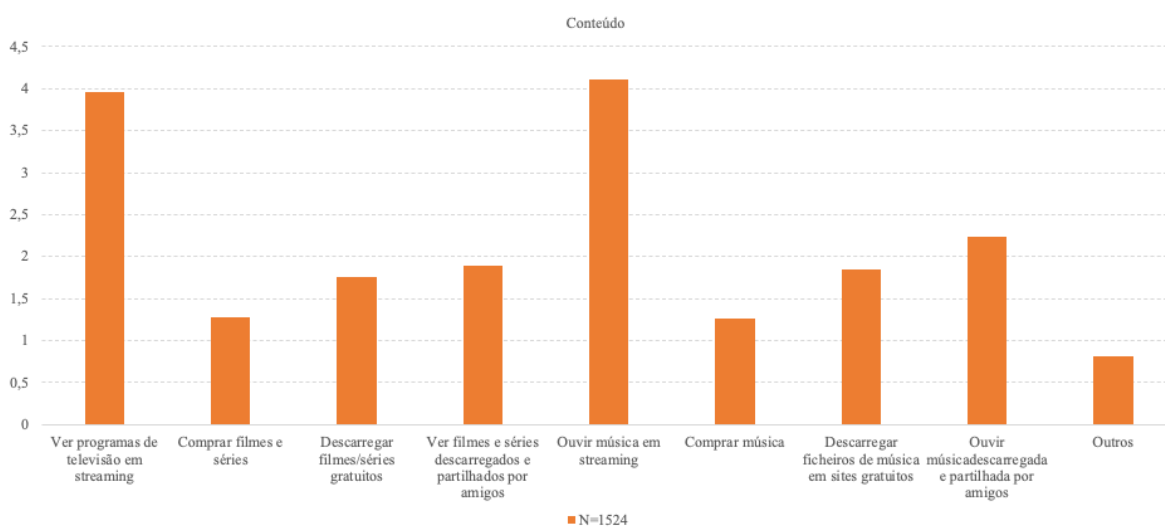


Figura A11 – Conteúdo, de 1 a 8, em que 8 indica maior consumo (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

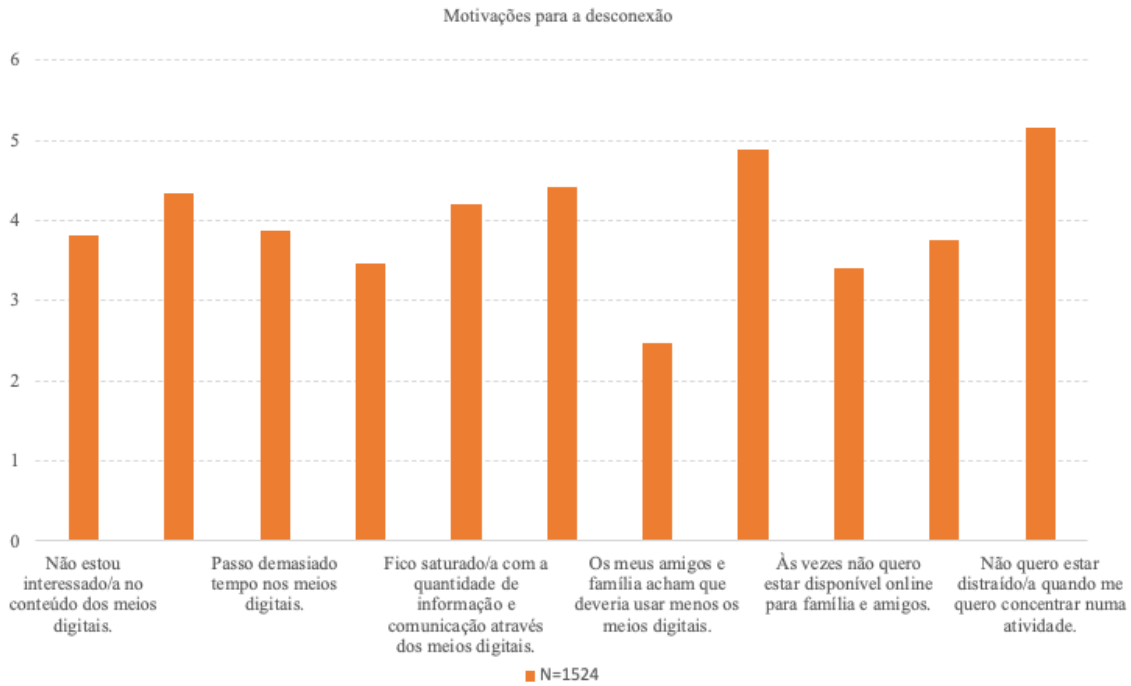


Figura A12 - Motivações para a desconexão, de 1 a 7, em que 7 indica nível de acordo mais alto em relação aos motivos para a desconexão (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

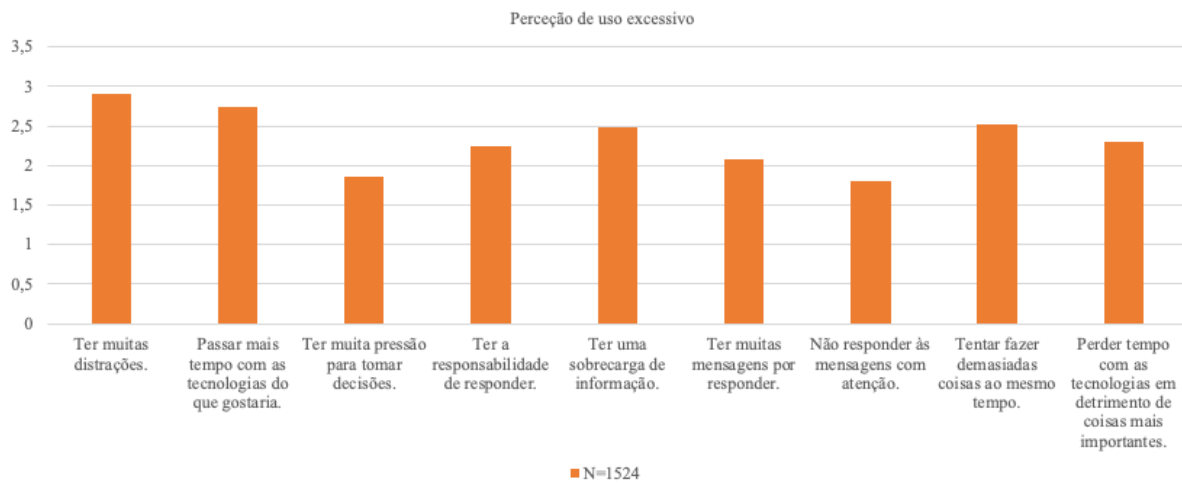


Figura A13 - Perceção de uso excessivo, de 1 a 5, em que 5 indica sentir que se faz um uso excessivo (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

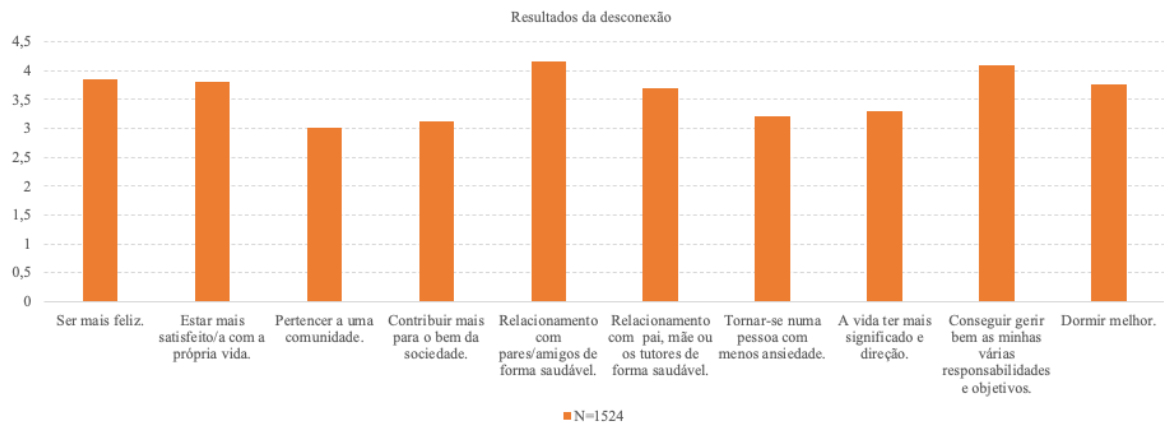


Figura A14 - Resultados da desconexão, de 1 a 7, em que 7 indica que maior nível de acordo em como se obteve o resultado (n=1524), Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

Anexo 3: Caracterização do uso (Q1, Q2, Q3, Q4) dos grupos que mais usam estratégias de desconexão

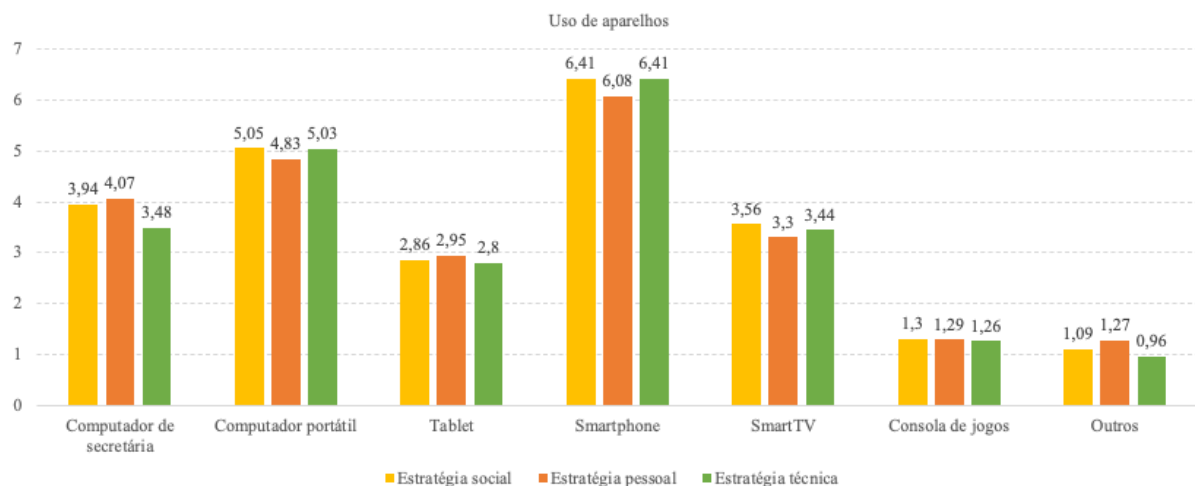


Figura A15 - Aparelhos, por estratégia de desconexão, de 1 a 7, em que 7 indica maior utilização; Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

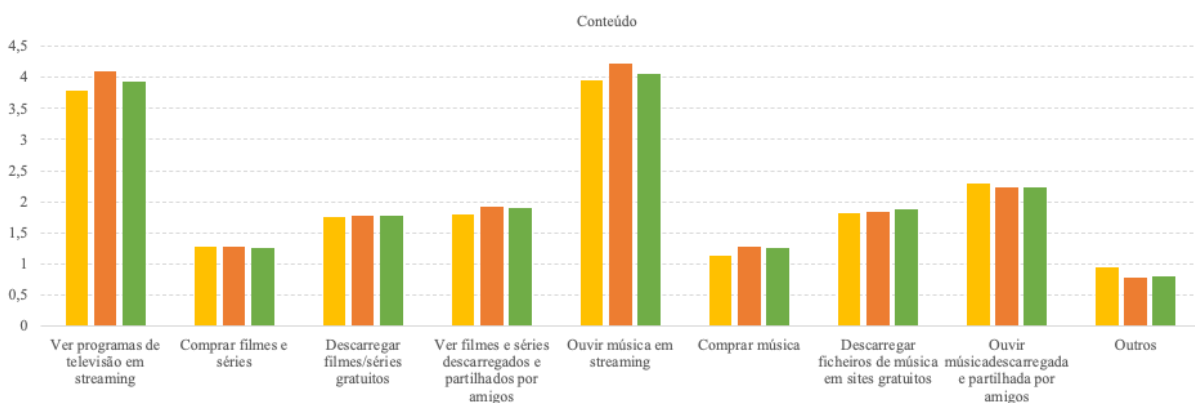


Figura A16 - Conteúdo, por estratégia de desconexão, de 1 a 8, em que 8 indica maior consumo; Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

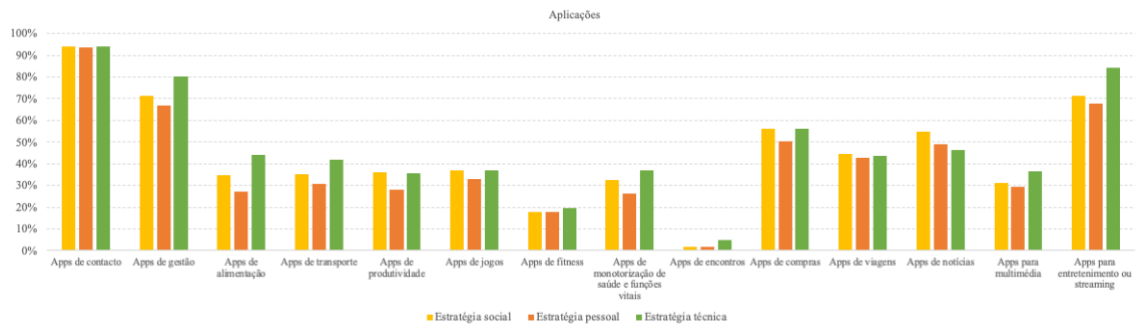


Figura A17 - Aplicações, por estratégia de desconexão, % de pessoas que afirmaram usar cada tipo de aplicações; Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

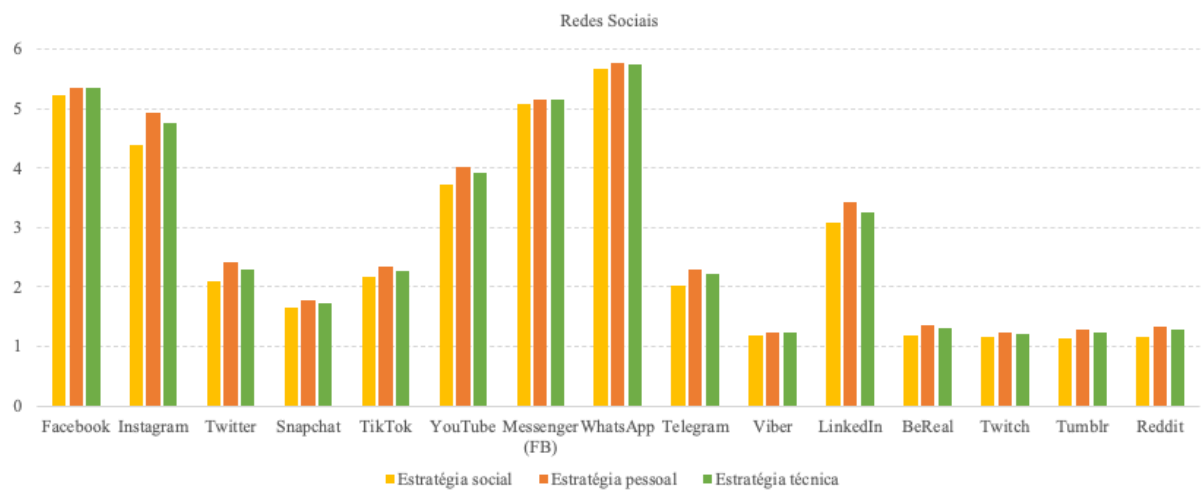


Figura A18 - Uso de redes sociais, por estratégia de desconexão, de 1 a 6, em que 6 indica maior uso; Fonte: Base de dados SPSS, elaboração própria.

Anexo 4: Questionário

Este questionário destina-se a pessoas com 15 ou mais anos e pretende estudar os usos da internet. As suas respostas são anónimas e confidenciais, apenas utilizadas em agregado, com finalidade académica e científica.

O preenchimento do questionário tem uma duração prevista de 8 minutos.

O estudo é realizado no âmbito da dissertação de mestrado em Sociologia no ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa (Iscte), por Filipa Neto, com orientação de Nuno Nunes (Iscte) e Ana Jorge (U.Lusófona) e colaboração de Maria do Carmo Botelho (Iscte). Para alguma questão relacionada com o estudo, contacte-nos através do email Filipa_Fernandes_Neto@iscte-iul.pt.

Agradecemos a sua colaboração no estudo!

Q1 Com que frequência costuma usar cada um destes dispositivos para aceder à internet, tanto para trabalho como para lazer?

	Nunca. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	Várias vezes por dia. (7)	Não sabe./ Não responde. (8)
Computador de secretária (desktop PC) (1)								
Computador portátil (laptop) (2)								
Tablet (iPad, Samsung Galaxy, Google Nexus, etc.) (3)								
Smartphone (4)								
SmartTV (5)								
Consola de jogos (Playstation, Xbox, etc.) (6)								
Outros. Quais? (7)								

Q2 Para que atividades costuma usar a internet e através de que dispositivos?
(Pode assinalar mais do que uma opção em cada linha.)

	Computador de secretária (desktop PC) (1)	Computador portátil (laptop) (2)	Smartphone (4)	Tablet (iPad, Samsung Galaxy, Google Nexus, etc.) (3)	Não faço esta atividade. (5)	Não sabe./ Não responde. (6)
Enviar/ receber e-mails (1)						
Utilizar programas de mensagens instantâneas (ex.: Messenger, iChat, Whatsapp) (2)						
Fazer/receber videochamadas (ex.:Skype, Google Hangouts, etc.) (3)						
Ler conteúdos de jornais ou revistas (4)						
Ouvir programas de rádio (5)						
Ver programas de televisão (6)						
Ver vídeos produzidos por profissionais (em sites oficiais de televisões, portais da internet, YouTube, etc.) (7)						
Ver vídeos produzidos por amadores em sites de partilha (ex.: YouTube) (8)						
Utilizar sites de redes sociais pessoais (Facebook, Instagram, Twitter) (9)						

Utilizar sites de redes sociais profissionais (ex.: LinkedIn) (10)						
Pesquisar informações para fins profissionais (11)						
Pesquisar informações para fins lúdicos (viagens, lazer) (12)						
Ouvir música, filmes, séries, ler livros digitais (13)						
Participar em cursos online (14)						
Ler e comentar em blogues (15)						
Trabalhar no seu próprio canal (ex.: YouTube, TikTok, Twitch.) (16)						
Jogar online (17)						

Q3 Pensando no consumo de conteúdos online, com que frequência...?

(Por favor, assinale apenas uma opção por linha.)

	Nunca. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	Várias vezes por dia. (8)	Não sabe./ Não responde. (9)
Vê programas de televisão em streaming (ex.: Netflix) (1)									
Compra filmes e séries (2)									
Descarrega filmes/séries gratuitos (3)									
Vê filmes/séries descarregados e partilhados por amigos (4)									

Ouve música em streaming (ex.: Spotify) (5)									
Compra música (6)									
Descarrega ficheiros de música em sites gratuitos (7)									
Ouve música descarregada e partilhada por amigos (8)									
Outros. Quais? (9)									

Q4 Tem uma conta de utilizador nas seguintes plataformas...?

	Não, nunca tive conta. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	Sim, uso frequentemente. (6)	Não sabe./ Não responde. (7)
Facebook (1)							
Instagram (2)							
Twitter (3)							
Snapchat (4)							
TikTok (5)							
YouTube (6)							
Messenger (Facebook) (7)							
WhatsApp (8)							
Telegram (9)							
Viber (10)							
LinkedIn (11)							
BeReal (12)							
Twitch (13)							
Tumblr (14)							
Reddit (15)							

Q5 Utilizou no último mês as seguintes aplicações (*apps*)?

	Sim (1)	Não. (2)	Não sabe./ Não responde. (3)
Apps de contacto (Skype, Messenger, WhatsApp, Line, Viber, etc.) (1)			
Apps de gestão financeira (homebanking, MBWay, PayPal, etc.) (2)			
Apps de alimentação (Zomato, TheFork, UberEats, Glovo, Sendeat, etc.) (3)			

Apps de transporte, trânsito ou partilha de transporte (Uber, Cabify, Waze, MeoDrive, BláBláCar, etc.) (4)			
Apps de produtividade (gestão de tempo, reuniões, clouds, etc.) (5)			
Apps de jogos (6)			
Apps de fitness (7)			
Apps de monitorização de saúde e funções vitais (dormir, fertilidade, aleitamento, ...) (8)			
Apps de encontros (Tinder, Happn, Grindr, etc.) (9)			
Apps de compras (supermercados, Alibaba, OLX, etc.) (10)			
Apps de viagens (AirBnB, Booking, Trivago, etc.) (11)			
Apps de notícias (12)			
Apps para multimédia (edição de fotografia e vídeo, Shazam, etc.) (13)			
Apps para entretenimento ou streaming (filmes, música, Netflix, Twitch, YouTube, etc.) (14)			

Q6 Por favor, diga-nos por palavras suas:

O que significa para si um uso equilibrado dos meios digitais no dia-a-dia?

Q7 Algum dos seguintes fatores o/a inibe ou retrai de usar algumas ou mais tecnologias de informação e comunicação?

	Sim (1)	Não. (2)	Não sabe./ Não responde. (3)
Causam demasiadas interrupções (1)			
Determinados dispositivos são difíceis de usar (2)			
Dificuldades técnicas em programas ou serviços (3)			
Dificuldade em gerir as comunicações com pessoas próximas ou distantes (4)			
Questões de privacidade (5)			
Medo de ficar viciado/a (6)			
Evitar determinadas pessoas (7)			
Receios em publicar conteúdos (8)			
Medo de cometer um erro (9)			
Muitas mensagens com violência ou ódio online (10)			
Falta de confiança em alguns programas ou serviços (11)			

Q8 Ao usar as tecnologias de informação e comunicação, sente que...

	Não sinto. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	Sinto constantemente. (5)	Não sabe./ Não responde. (6)
tem muitas distrações? (1)						
passa mais tempo com as tecnologias do que gostaria? (2)						
tem muita pressão para tomar decisões? (3)						
tem a responsabilidade de responder? (4)						
tem uma sobrecarga de informação? (5)						
tem muitas mensagens por responder? (6)						
não responde às mensagens com atenção? (7)						
tenta fazer demasiadas coisas ao mesmo tempo? (8)						
perde tempo nas tecnologias em detrimento de coisas mais importantes? (9)						

Q9 Sente que esperam de si que esteja online (seja para responder, ter uma presença social online ou competências para o fazer)?

	Sim (1)	Não. (2)	Não sabe./ Não responde. (3)
Sinto, da parte da minha família. (1)			
Sinto, da parte dos meus amigos. (2)			
Sinto, da parte do meu trabalho. (3)			
Sinto, da parte de grupos/ associações a que pertenço. (4)			

Q10 Por favor, indique-nos com que frequência utiliza as seguintes estratégias para regular a sua utilização das tecnologias de informação e comunicação.

	Nunca. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	Sempr e. (5)	Não sabe./ Não responde . (6)
Crio momentos de 'detox digital' durante os quais me distancio conscientemente dos meios digitais. (1)						
Tenho regras sobre limitar os meios digitais em casa, por exemplo, durante o jantar ou antes de dormir. (2)						
Ponho os dispositivos digitais de lado quando estou a fazer outras atividades. (3)						
Deixo o meu smartphone ou portátil em casa quando estou com família e/ou amigos. (4)						
Uso deliberadamente os meios digitais a horas específicas durante o dia (ex.: só durante a noite, durante a pausa de almoço). (5)						
Uso uma aplicação ou programa para monitorizar e limitar o meu tempo de ecrã. (6)						
Elimino aplicações e programas que ocupam demasiado o meu tempo. (7)						
Desligo temporariamente a internet ou uso o modo "avião" ou 'não incomodar'. (8)						
Elimino ou desativo contas de websites e aplicações que quero usar menos. (9)						
Desativo as notificações (de email, redes sociais e apps de notícias ou de mensagens). (10)						
Em aplicações de mensagens desativo as notificações nos chats de grupo. (11)						
Deixo de seguir ou bloqueio contactos/contas em aplicações de mensagens ou redes sociais. (12)						
Uso outras maneiras para gerir o meu uso dos meios digitais, especificamente: (13)						

Q11 Por favor diga-nos em que medida concorda com as seguintes afirmações:

Às vezes faço uma pausa das tecnologias ou tento reduzir o meu uso das tecnologias de informação e comunicação porque...

	1 – Não concordo de todo. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 - Concordo plenamente. (7)	Não sabe./ Não responde. (8)
... não estou interessado/a no conteúdo dos meios digitais. (1)								
... fico incomodado/a com o conteúdo negativo nos meios digitais. (2)								
... passo demasiado tempo nos meios digitais. (3)								
... não tenho tempo suficiente para passar nos meios digitais. (4)								
... fico saturado/a com a quantidade de informação e comunicação através dos meios digitais. (5)								
... não quero que informações e fotografias minhas estejam disponíveis online. (6)								
... os meus amigos e família acham que deveria usar menos os meios digitais. (7)								
... estou preocupado/a com a forma como as empresas de tecnologia recolhem os meus dados para fins comerciais. (8)								
... às vezes não quero estar disponível online para família e amigos. (9)								
... às vezes não quero estar disponível online para o trabalho. (10)								
... não quero estar distraído/a quando me quero concentrar numa atividade. (11)								

Q12 Que resultados sente que atinge ao desconectar-se?
Sinto que....

	1 – Não concordo de todo. (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 - Concordo plenamente. (7)	Não sabe./ Não responde. (8)
... sou mais feliz. (1)								
...estou mais satisfeito/a com a minha vida. (2)								
... pertença a uma comunidade. (3)								
... contribuo mais para o bem da nossa sociedade. (4)								
... me relaciono com os meus pares/ amigos de forma saudável. (5)								
... me relaciono com o meu pai, a minha mãe ou os meus tutores de forma saudável. (6)								
... me tornei uma pessoa com menos ansiedade. (7)								
... a minha vida tem significado e direção. (8)								
... consigo gerir bem as minhas várias responsabilidades e objetivos. (9)								
... durmo melhor. (10)								

Gostaríamos de lhe fazer mais algumas perguntas sobre si.

Q12 Em que ano nasceu?

Q13 Como se identifica?

Mulher (1)
Não-binária. (2)
Homem. (3)
Outra identidade não mencionada. Qual? (4)
Prefiro não responder. (5)
Não sei. (6)

Q14 Qual das seguintes opções melhor descreve a sua situação atual?

Por favor, escolha a que mais se adequa a si.

Solteiro(a) Dependente (não tem meios de subsistência próprios). (1)
Jovem Independente (Idade inferior a 35 anos, solteiro (a), com meios de subsistência próprios). (2)
Numa relação (casado(a) ou em coabitação, sem filhos e com menos de 35 anos). (3)
Casado(a) ou em coabitação com filhos dos 0 aos 6 anos. (4)
Casado(a) ou em coabitação com filhos dos 7 aos 12 anos. (5)
Casado(a) ou em coabitação com filhos dos 13 aos 17 anos. (6)
Casado(a) ou em coabitação com filhos dos 18 aos 24 anos. (7)
Outros casais. (8)
Cuidadores Sozinhos (solteiros(as), divorciados(as) ou viúvos(as) com filhos, outras crianças ou outros dependentes a cargo). (9)
Independentes acima dos 35 anos (solteiros(as), divorciados(as) ou viúvos(as) com meios de subsistência próprios, que habitam sozinhos(as) e têm mais de 35 anos). (10)
Não sei. / Prefiro não responder. (11)

Q15 Diga-nos por favor que frase sente que mais corresponde ao seu caso?

“Pertencço a uma minoria étnica ou religiosa.” (1)
“Pertencço a uma maioria étnica ou religiosa.” (2)
Não sei. / Prefiro não responder. (3)

Q16 Em relação a Portugal, descreva a sua situação:

Imigrante, residente em Portugal [tem nacionalidade que não portuguesa, e mora em Portugal]. (1)
Emigrante, não residente em Portugal [tem nacionalidade portuguesa, e mora noutro país]. (2)
Nasci e vivo em Portugal. (3)
Não sei./ Prefiro não responder. (4)

Q17 Qual o grau de escolaridade mais elevado que completou?

Nenhum (1)
Ensino básico (2)
Ensino secundário (3)
Ensino superior (4)
Não sabe./ Não responde. (5)

Q18 Quanto anos completos de escolaridade terminou?

(0 a 20 ou mais)

Q19 Qual a expressão que melhor descreve o sítio onde vive?

Uma grande cidade. (1)
Os subúrbios ou arredores de uma grande cidade. (2)
Uma vila ou uma pequena cidade. (3)
Uma aldeia. (4)
Uma quinta ou uma casa no campo. (5)
Não sabe./ Não responde. (6)

Q20 Qual das seguintes descrições se aproxima mais do que sente relativamente ao rendimento atual das pessoas que vivem na sua casa?

O rendimento atual permite viver confortavelmente. (1)
O rendimento atual dá para viver.(2)
É difícil viver com o rendimento atual. (3)
É muito difícil viver com o rendimento atual. (4)
Não sabe./ Não responde. (5)

Q22 Quais das seguintes situações se aplicam melhor ao que fez **nos últimos 7 dias**?

A fazer trabalho pago a tempo inteiro (ou temporariamente ausente), (por conta de outrem, conta própria, no negócio da família). (1)
A fazer trabalho pago em part-time (ou temporariamente ausente), (por conta de outrem, conta própria, no negócio da família). (2)
A estudar mesmo se de férias (sem ser remunerado). (3)
Desempregado(a) à procura de emprego. (4)
Desempregado(a), à espera de emprego, mas não à procura de emprego. (5)
Em situação de doença ou incapacidade/invalidez permanente. (6)
Na reforma.(7)
A fazer trabalho doméstico, a cuidar de crianças ou de outras pessoas (sem ser pago). (8)
Outra.(9)
Não sabe./ Não responde. (10)

Q23 Qual é a sua profissão atual?

Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, quadro superior da administração pública, dirigente, diretor ou gestor executivo. (1)
Especialista de atividades intelectuais e/ou científicas. (2)
Técnico ou profissional de nível intermédio. (3)
Empregado administrativo. (4)
Empregado nos serviços pessoais, de proteção, segurança ou vendedor. (5)
Trabalhador qualificado da agricultura, da pesca e da floresta. (6)
Operário qualificado da indústria, construção ou artífice.(7)
Operador de instalações e máquinas ou trabalhador de montagem. (8)
Trabalhador de limpeza, assistente na preparação de refeições, vendedor ambulante e prestador de serviços na rua, dos resíduos ou de outros serviços elementares. (9)
Trabalhador não qualificado da indústria extrativa, construção, indústria transformadora ou transportes. (10)
Trabalhador não qualificado da agricultura, produção animal, pesca ou floresta. (11)
Profissão militar das forças armadas. (12)
Não sabe./ Não responde. (13)

Q24 Na sua profissão principal é/ era...

Trabalhador por conta de outrem. (1)
Trabalhador por conta própria. (2)
Trabalhador no negócio ou empresa da família. (3)
Não sabe./ Não responde. (4)