



Núcleo de Informática Aplicada à Educação
Universidade Estadual de Campinas

Resumo. As redes sociais, aliadas aos dispositivos móveis, trouxeram novas e instantâneas formas de comunicação, com recursos que vão além de texto, imagem e vídeo. A maneira como histórias pessoais são contadas pode contribuir em contextos de aprendizagem e socioeducativos. Para investigar a temática, um questionário foi elaborado com o intuito de investigar as práticas de publicação entre jovens em redes sociais. Este relatório apresenta uma análise descritiva das 187 respostas ao questionário, aplicado a alunos do Ensino Médio Técnico e Ensino Superior, nas cidades de Limeira e Campinas, em instituições do ensino público no Estado de São Paulo, Brasil. Os resultados evidenciam comportamentos e diferenças, com relação ao sexo e a faixa etária, sobre temas como presença em redes sociais, frequência de publicações, conteúdos publicados, e possíveis processos de aprendizagem.

Abstract. Social networks, combined with mobile devices, have brought new and instantaneous forms of communication, with resources that go beyond text, images and video. The way personal stories are told can contribute to learning and socio-educational contexts. To investigate the topic, a questionnaire was developed with the aim of investigating publishing practices among young people on social networks. This report presents a descriptive analysis of the 187 responses to the questionnaire, applied to students in Technical High School and Higher Education, in the cities of Limeira and Campinas, in public education institutions in the State of São Paulo, Brazil. The results highlight behaviors and differences, in relation to gender and age group, on topics such as presence on social networks, frequency of publications, published content, and possible learning processes.

NIED – Relatório Técnico N° 1
2023

Hábitos em publicações de redes sociais – uma análise descritiva de dados de alunos de escolas públicas de Campinas e Limeira

Flávia Linhalis
Sílvia Regina Ribeiro Lemos Morais
Giovana Oliveira Silva

Cidade Universitária "Prof. Zeferino Vaz"
Prédio V da Reitoria - 2º Piso
13083-970 - Campinas - SP
www.nied.unicamp.br

Hábitos em publicações de redes sociais: uma análise descritiva de dados de alunos de escolas públicas de Campinas e Limeira

Introdução

Histórias ou narrativas pessoais, que circulam em meios digitais têm sido estudadas por seu potencial educacional e formativo. As redes sociais, aliadas aos dispositivos móveis, trouxeram novas e instantâneas formas de comunicação. Essas novas formas de interação utilizam recursos que vão além de texto, imagem e vídeo; constituem mudanças na maneira como histórias pessoais são contadas e têm se destacado quanto ao seu potencial em contextos de aprendizagem e socioeducativos.

Com o objetivo de conhecer as práticas de publicação entre jovens foi elaborado um questionário com vinte e nove questões objetivas e dezesseis perguntas abertas. O projeto é colaborativo entre a UNICAMP, por meio de Núcleo de Informática Aplicada à Educação (NIED, UNICAMP), a PUC-SP, por meio do Programa de Pós-Graduação em Educação: Currículo (CED, PUC-SP) e a Universitat de Barcelona, por meio do Observatório de Educação Digital (OED, UB).

O presente relatório apresenta uma análise descritiva das respostas dadas ao questionário na região de Campinas e Limeira. O questionário foi aplicado em Novembro de 2022 e em Abril de 2023 e as respostas armazenadas na ferramenta Lime Survey. Participaram da pesquisa alunos do Ensino Médio Técnico do COTIL (Colégio Técnico da Unicamp), localizado na cidade de Limeira, e do Ensino Superior da Unicamp, campus da cidade de Campinas, instituições de ensino públicas do Estado de São Paulo, Brasil.

Os dados coletados no questionário digital foram exportados, posteriormente, para o Microsoft Excel (2016). Foi realizada uma análise estatística de natureza descritiva, utilizando distribuições de frequências e porcentagens, representados por meio de gráficos e tabelas. Também foi realizado o Teste Exato de Fischer para testar diferenças entre as proporções. Sobre o Teste de Exato de Fischer, ver as referências Clarkson, Fan e Joe (1993) e Mehta e Patel (1983, 1986). Inicialmente o banco com os dados era composto por 403 sujeitos, mas nem todos responderem o questionário até o final. Depois do recorte, o tamanho final da amostra foi de 187 sujeitos com idade entre 15 e 64 anos. Para análise dos dados foi utilizado o Software R Core Team (2019), versão 3.6.1.

Resultados

Análise Descritiva

Para realização deste estudo foram considerados 187 sujeitos entre 15 e 64 anos. Assim, foram incluídos sujeitos com idades inferiores a 18 anos de idade com autorização dos responsáveis para participar da pesquisa e sujeitos com idade iguais ou superiores a 18 anos que aceitaram participar da pesquisa¹. Também foram excluídos da análise 34 sujeitos que não responderam nenhuma pergunta sobre informações relacionadas aos conteúdos e às redes que eles publicam na internet. Portanto, todos os resultados apresentados a seguir referem-se aos 187 respondentes. A amostra é composta por respondentes com idade média de 22,4 anos e desvio padrão de 7,3 anos. A faixa etária está distribuída da seguinte maneira: 16,0% dos respondentes declararam idade entre 15 a 17 anos, 45,5% entre 18 a 22 anos e os demais (38,5%) informaram ter 23 anos ou mais (Gráfico 2). No que diz respeito a variável sexo dos participantes da pesquisa, 51,3% são meninas e 48,3% são meninos (Gráfico 1).

Gráfico 1: Porcentagem de participantes segundo sexo.

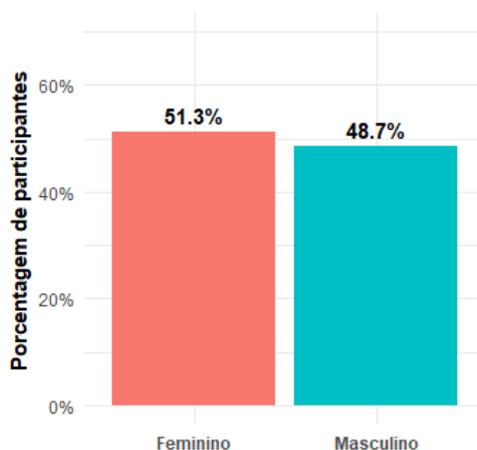
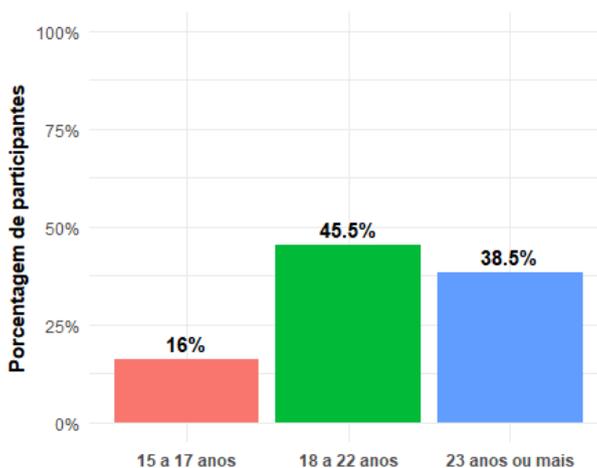


Gráfico 2: Porcentagem de participantes por faixa etária.



¹ Número do CAAE: 56629822.0.1001.8142

Os dados indicam que todos os pesquisados estudam. Os dados revelam ainda que uma porcentagem menor cursa a Pós-Graduação (6,4%) e uma porcentagem maior frequentam o Ensino Superior (47,1%) ou Ensino Médio (46,5%). Os mais novos (15 a 17 anos) afirmam frequentar o Ensino Médio (100,0%), enquanto que os com 23 anos ou mais dizem cursar o Ensino Superior ou Pós-Graduação (93,1%), conforme o esperado para as faixas etárias citadas (Tabela 1).

Tabela 1: Frequência absoluta e porcentagem segundo faixa etária por grau de instrução.

Grau de instrução	15 a 17 anos		18 a 22 anos		23 ou mais	
	n	%	n	%	n	%
Ensino Médio	30	100,0	52	61,2	5	6,9
Ensino Superior	0	0,0	33	38,8	55	76,4
Pós Graduação	0	0,0	0	0,0	12	16,7
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0

Quanto aos dispositivos eletrônicos, 82,90% possuem Smartphone, 77,50% têm Desktop/Laptop em casa, 57,8% têm SmartTV e 27,3% têm Tablet. Além disso, 82,4% têm ligação à Internet na residência, conforme apresentado no Gráfico 3 e na Tabela A.1 disponível no Apêndice. A maioria dos entrevistados possui conta no WhatsApp (98,4%), seguido do E-mail (96,8%), YouTube (94,1%), Instagram (92,0%), Facebook (72,7%), Twitter (59,4%) e Telegram (51,9%). Uma porcentagem reduzida informou que possui Musical.ly (2,1%) ou tem conta na Wiki (3,7%), conforme mostram o Gráfico 4 e a Tabela A.2 no Apêndice.

Nas redes sociais em que os participantes têm conta, 65,2% conhecem pessoalmente mais que a metade ou quase todos os seus seguidores nas suas redes sociais, conforme mostra o Gráfico 5. As redes com os perfis de pessoas que são conhecidas pessoalmente pelos participantes são: WhatsApp (98,4%), Facebook (69,5%) e Instagram (45,5%). As redes nas quais os participantes não tem conta de usuário são: Snapchat (75,9%) e Twitter (39,6%), ver Gráfico 6 e Tabela A.3 no Apêndice. Outro fato a ser mencionado é que 29,9% publicam conteúdos abertamente, 41,2% publicarem apenas para os seus contatos ou amigos e 17,6% apenas compartilham de forma personalizada (Gráfico 7).

Gráfico 3: Porcentagem de participantes por propriedade de certo tipo de dispositivo eletrônicos.

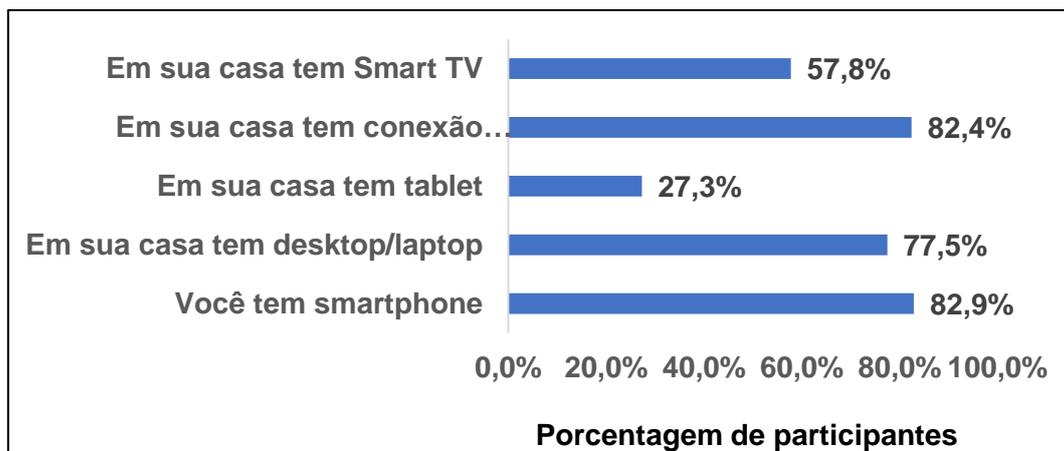


Gráfico 4: Porcentagem de participantes segundo a conta de usuário que possuem na internet.

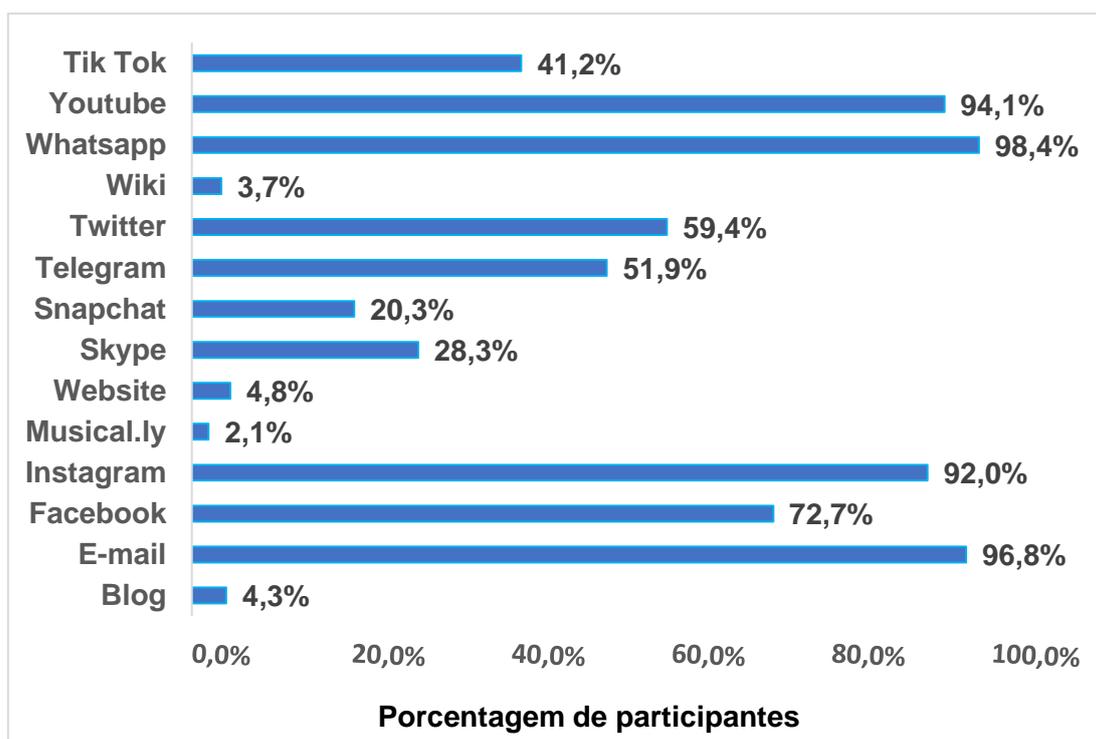


Gráfico 5: Porcentagem de participantes que conhece pessoalmente os seguidores das suas redes sociais.

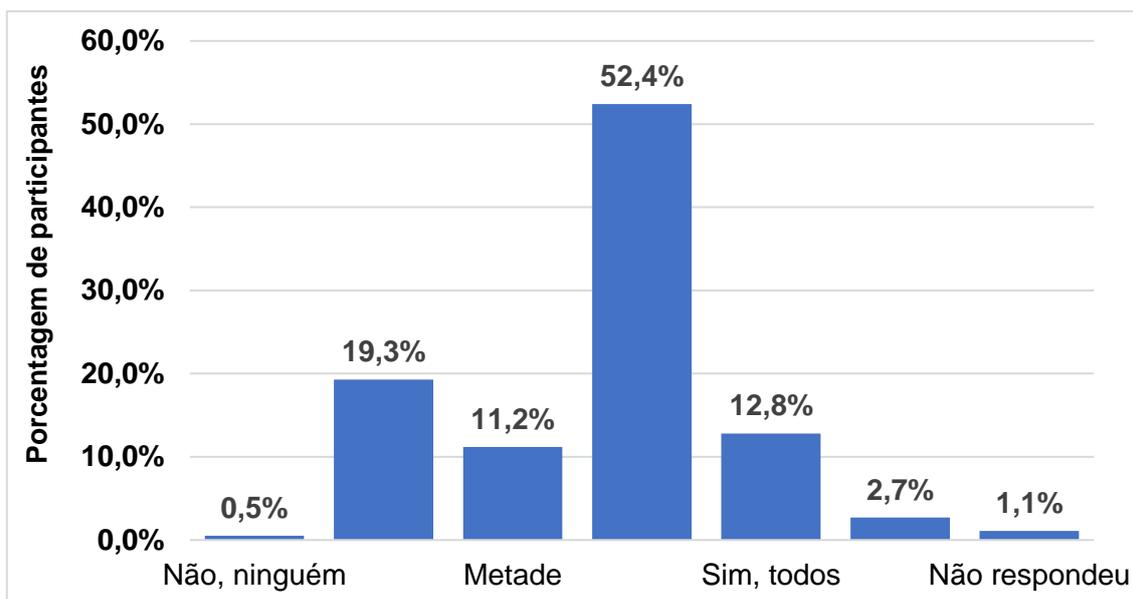


Gráfico 6: Porcentagem de participantes que costuma seguir pessoas (conhecidas e desconhecidas) segundo plataforma digital.

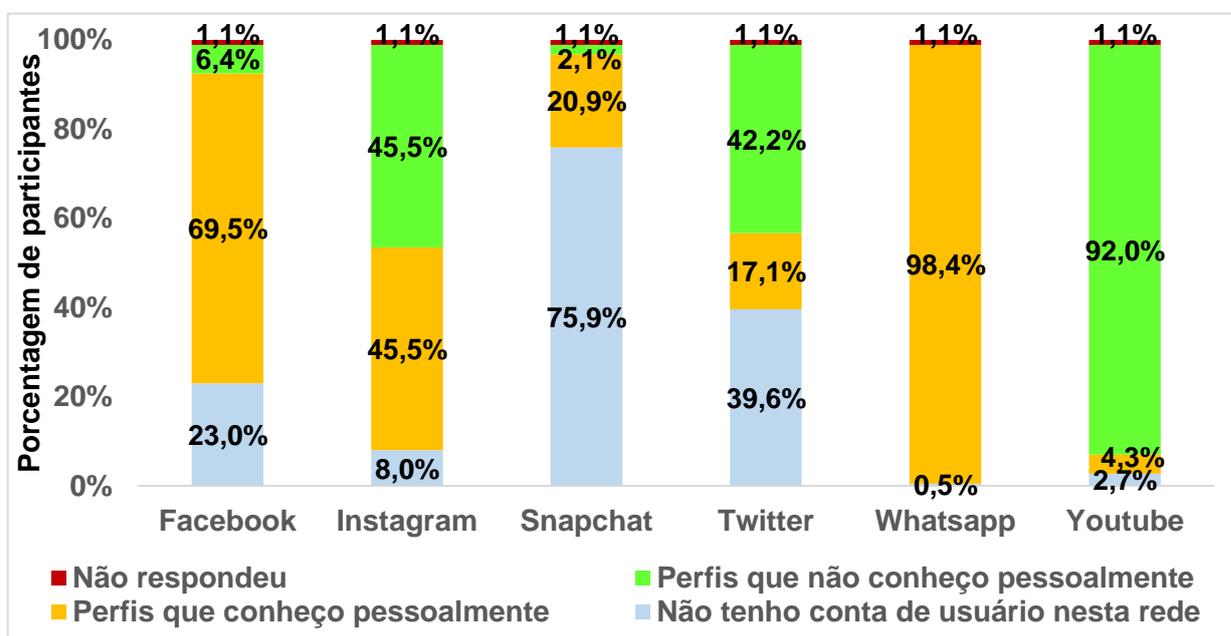
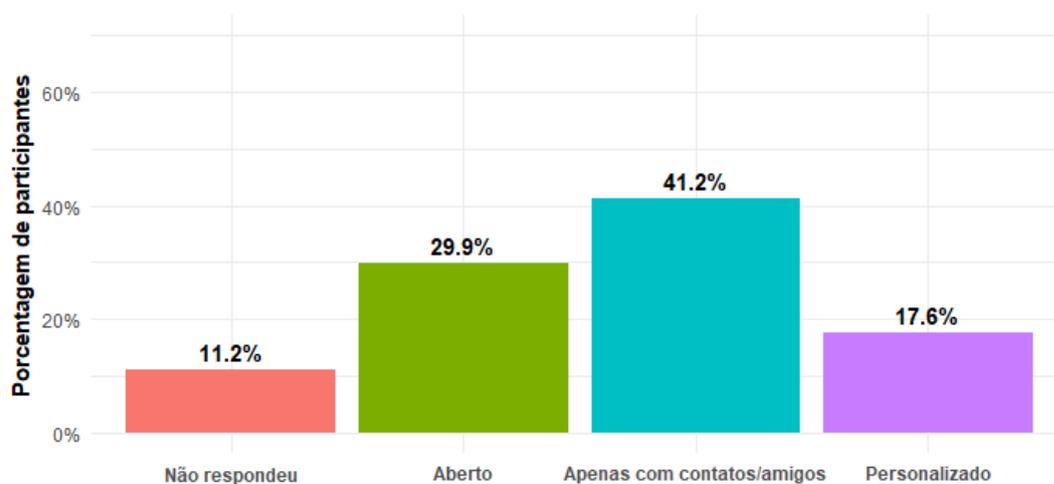


Gráfico 7: Porcentagem de participantes que compartilha os conteúdos nas suas redes sociais.



O dispositivo mais utilizado para publicação é o Smartphone (57,2%) e o menos usado é o Tablet (0,5%), ver a Tabela A.4 no Apêndice. Os conteúdos que os participantes da pesquisa publicam com mais frequência são: memes e gifs, embora 34,3% dos entrevistados nunca ou raramente apareçam nas imagens ou vídeos que publicam nas redes (ver Tabela A.5 e Gráfico 8). Os elementos que mais utilizam em suas publicações são Emojis, marcação de pessoas, breve texto explicativo ou descritivo e os menos utilizados são as Hashtags e Etiquetas de localização, conforme mostra o Gráfico 9 e Tabela A.6 disponível no Apêndice.

Gráfico 8: Porcentagem de participantes que aparecem nos vídeos e imagem que postam nas redes sociais.

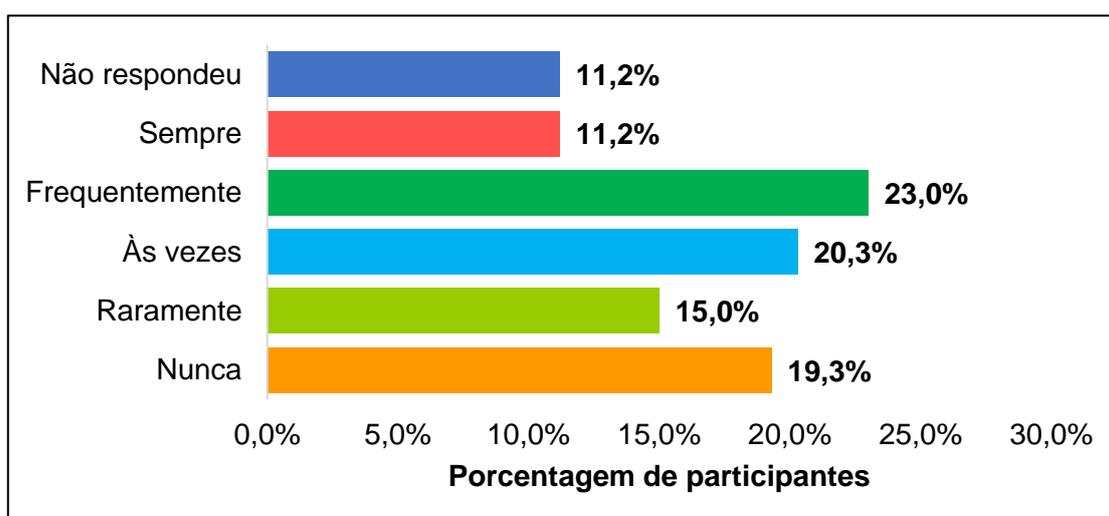


Gráfico 9: Porcentagem de participantes segundo os elementos que publicam nas redes sociais.

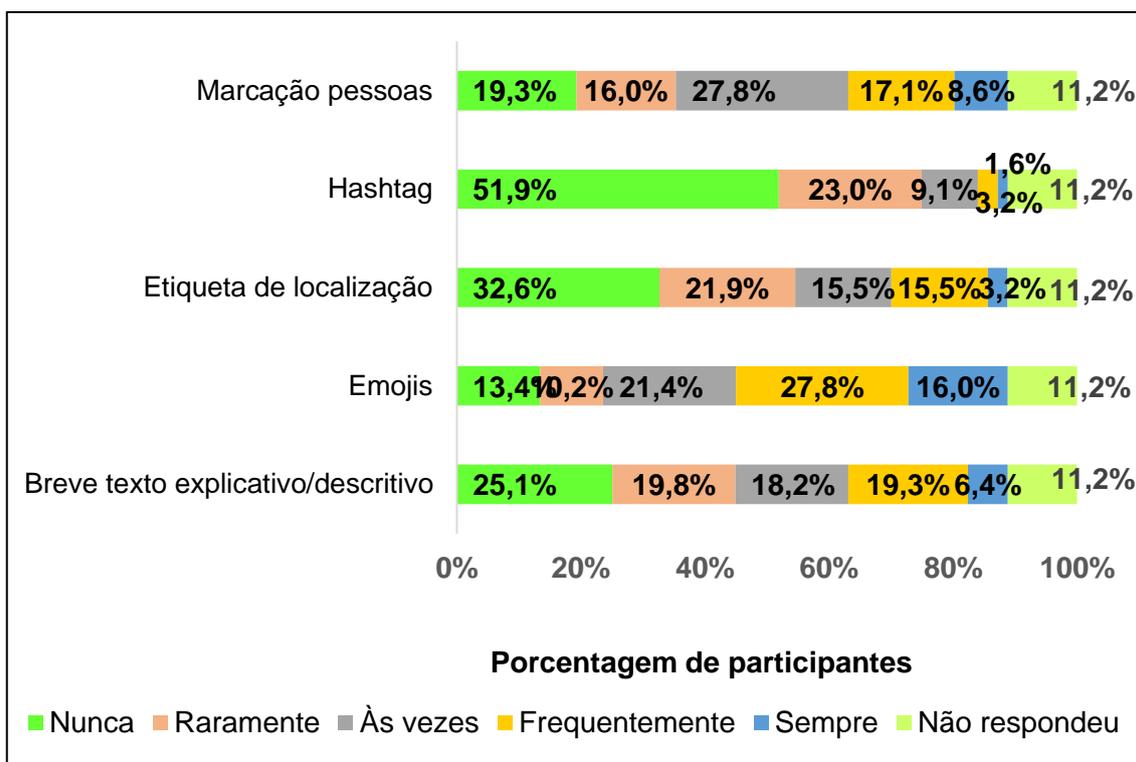
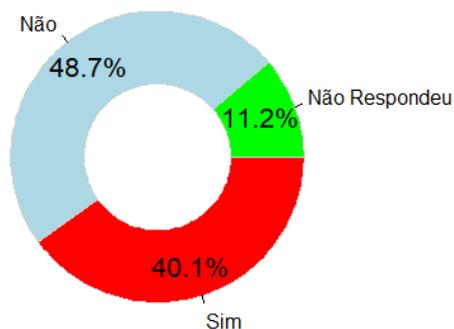


Tabela 2: Porcentagem de participantes que publicam conteúdos criados ou retirados da internet e postam nas redes sociais.

Publicações	Frequência absoluta	Frequência relativa
Criadas por você		
Não	28	15,0
Sim	138	73,8
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Retiradas da internet, retuitadas, compartilhadas de outros contatos.		
Não	87	46,5
Sim	79	42,2
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Gráfico 10: Porcentagem de participantes que preparam (editam ou retocam) os conteúdos que publicam nas redes sociais.

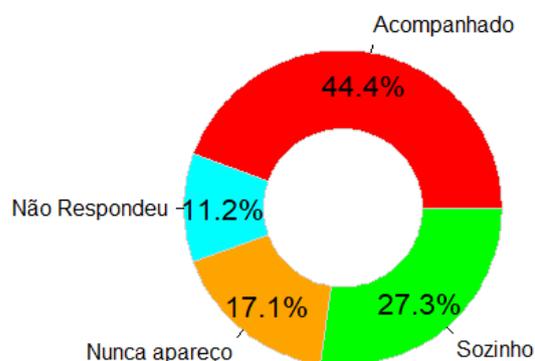


Ao fazer uma comparação de proporção entre meninos e meninas, observa-se que: as meninas possuem mais conta no Instagram (97,9%) (p -valor = 0,002) quando comparado com os meninos (85,7%); meninas também possuem mais conta no TikTok (54,2%) comparados aos meninos (27,5%), com p -valor = 0,000 (Tabela A.7). Esta pesquisa apontou ainda uma porcentagem maior de meninas (67,7%) que possui conta no Twitter quando comparado com os meninos (50,5%) (p -valor = 0,018).

Nota-se ainda que no E-mail, Facebook, Musical.ly, Skype, Telegram, Wiki, Whatsapp e Youtube não há uma diferença significativa na proporção de usuário entre de meninos e meninas. Com relação a rede que o participante tem conta, observa-se uma associação entre ter conta ou não no Twitter e a faixa etária, com p -valor = 0,004, conforme pode ser observado nas Tabelas A.8 disponível no Apêndice. Os dados mostram que no Twitter, os mais novos (15 a 17 anos) é que têm maior porcentagem de conta (70,0%), os que estão na faixa etária de 23 anos ou mais possuem uma porcentagem menor de conta de usuário (44,4%). Observou-se também uma associação entre ter conta ou não no Facebook e a escolaridade dos participantes, com p -valor = 0,003, conforme mostra a Tabela A.9 no Apêndice. A pesquisa mostra que no Facebook, os respondentes com menor escolaridade (Ensino Médio, 60,9%) é que tem menor porcentagem comparado com os sujeitos com maior escolaridade (Superior (83,0%), e Pós-Graduação (83,0%).

Observa-se também que 73,8 % dos pesquisados costumam publicar conteúdo criado por eles mesmos, e 42,2% costumam publicar conteúdo retirado da Internet, retuitadas, copiadas ou compartilhadas de outros contatos (ver Tabela 2). Independentemente da origem das publicações, 40,1% costumam preparar (editar ou retocar) os conteúdos que publicam (Gráfico 10). A maioria, normalmente, aparece, quer seja acompanhado (44,4%) ou sozinho (27,3%), nas suas publicações (Gráfico 11).

Gráfico 11: Porcentagem de participantes que normalmente aparecem nas redes sociais.



Com relação à publicação de vídeos e sua duração, foram encontrados os seguintes percentuais: 48,7% dizem não postar vídeos; dos que responderam que publicam vídeos, 31,6% dos participantes postam com tempo inferior a menos de meio minuto (Gráfico 12 e Tabela A.10 disponível no Apêndice). Quanto aos temas sobre os quais é publicado, apesar de 84,5% serem fãs de alguma história (filme, séries de TV, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais, etc.), destes, apenas 9,6% produziram algum conteúdo relacionado aos temas citados (Gráficos 13 e 14).

Gráfico 12: Porcentagem de participantes segundo a duração média dos vídeos que publicam nas redes sociais.

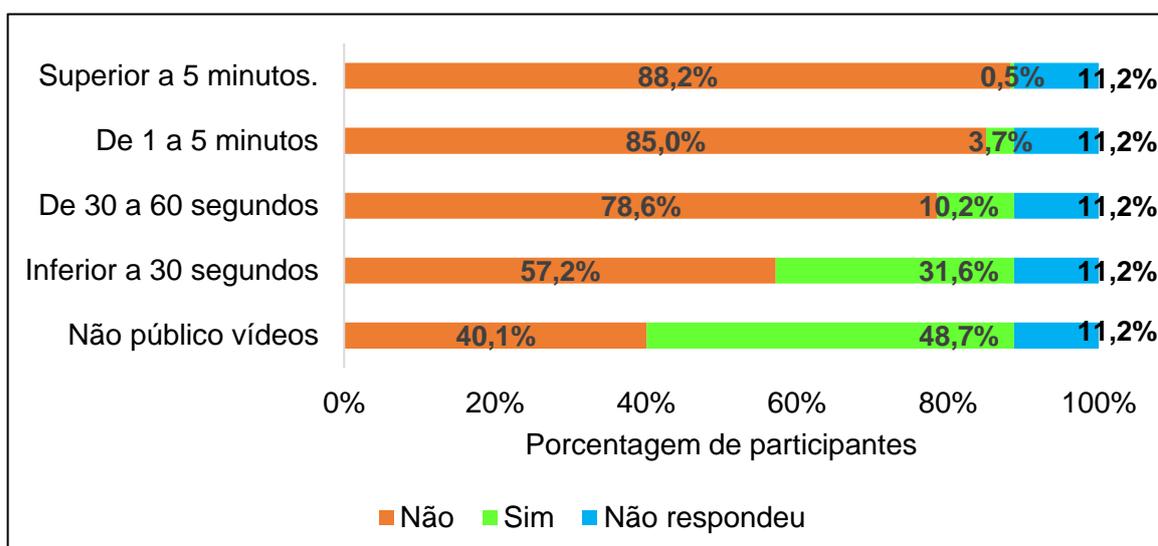


Gráfico 13: Porcentagem de participantes que é fã de alguma história (série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais).

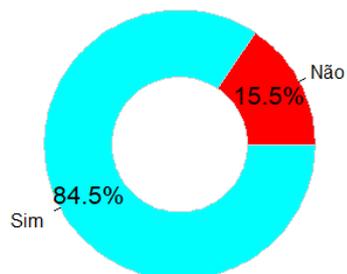
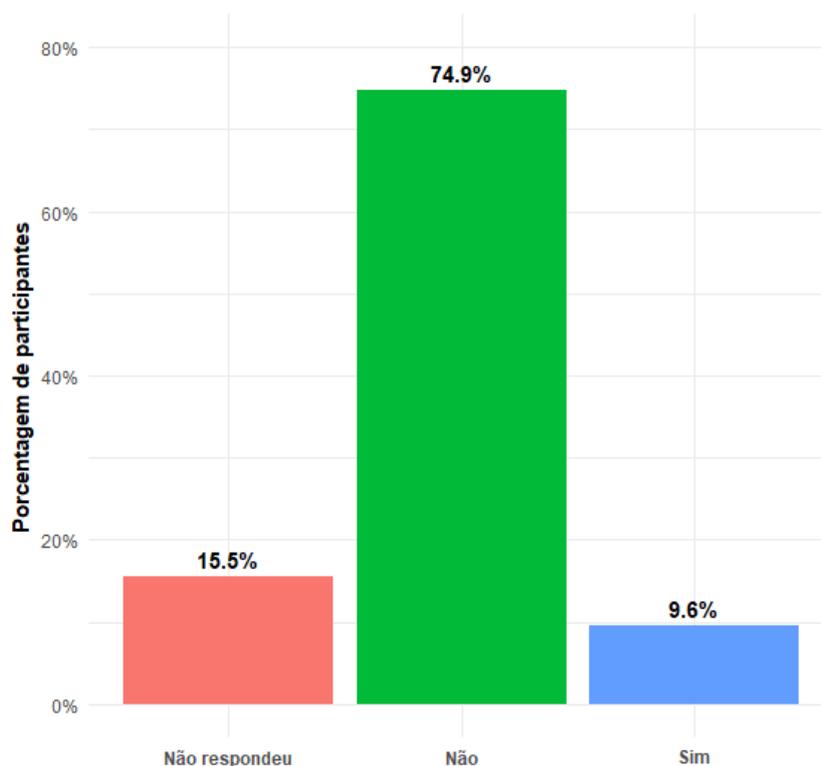


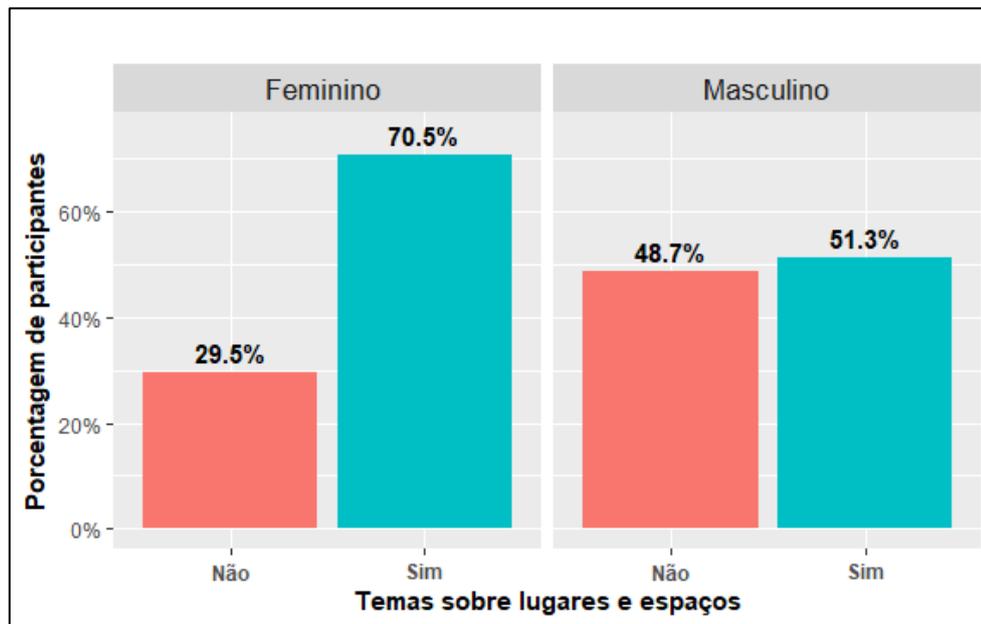
Gráfico 14: Porcentagem de participantes, dentre os que são fãs, que já produziu algum conteúdo sobre história (série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais).



Os tópicos sobre o que os participantes publicam são: passatempos, hobbies e paixões (64,7%); lugares e espaços (54,5%) e pessoas importantes na vida dos pesquisados (50,3%). Por outro lado, uma porcentagem pequena (6,4%) publica tópicos sobre sonhos e desejos pessoais, ver a Tabela A.11 no Apêndice.

Ao fazer um teste para comparação de proporção, observa-se que: lugares e espaços, as meninas (70,5%) publicam mais sobre esse tema ($p = 0,000$) quando comparado com os meninos (51,3%) (Gráfico 15). No que diz respeito as pessoas importantes nas próprias vidas, as meninas (69,3%) publicam mais sobre esse tema ($p = 0,001$) quando comparado com os meninos (42,3%). Observou-se também que temas sobre passatempo, hobbies e paixões, as meninas (83,0%) publicam mais sobre esse tema ($p = 0,000$) quando comparado com os meninos (61,5%) (Tabela A.12 no Apêndice). Com relação aos processos de aprendizado, conhecimento ou descobertas, verificou-se que não há associação significativa com a faixa etária dos participantes da pesquisa ($p = 0,900$). No entanto, de forma descritiva, os participantes que estão na faixa etária de 23 anos ou mais publicam mais (31,8%) sobre processos de aprendizado, conhecimento ou descobertas quando comparado com os mais jovens (15 a 17 anos) que publicam menos (27,8%). Para temas sobre relacionamentos românticos e sentimentais, os respondentes mais jovens (15 a 17 anos) postam menos sobre esse tema (10,3%) comparado com os respondentes na faixa entre 18 a 22 anos (29,6%) e respondentes na faixa de 23 anos ou mais (28,8%), com p -valor = 0,099 (Tabela A.13 no Apêndice). Com relação ao sexo, as meninas (31,8%) também postam mais sobre esse tema ao comparar com aos meninos (19,2%) (p -valor = 0,077), conforme mostra a Tabela A.12 no Apêndice.

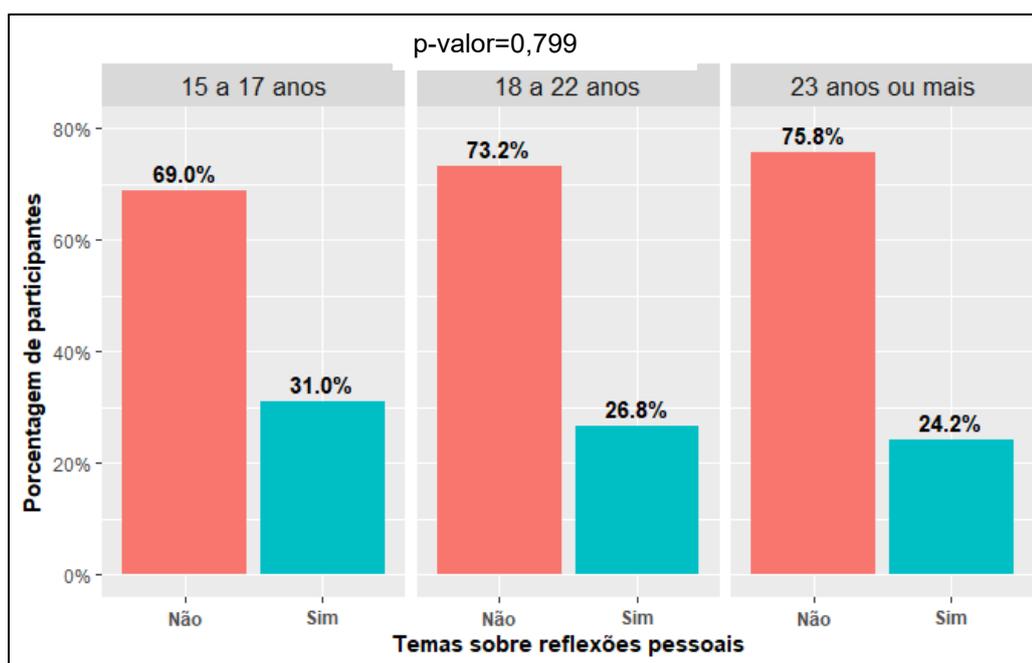
Gráfico 15: Porcentagem de participantes segundo sexo e conteúdo que costumam publicar sobre temas relacionados a lugares e espaços.



Sobre temas relacionados as reflexões pessoais, os dados mostram que não há associação com faixa etária, com p -valor = 0,799. No entanto, os dados mostram que os mais novos (15 a 17 anos) tendem a publicar mais (31,0%) sobre temas relacionados as reflexões pessoais, os que têm 23 ou mais (24,2%) e os da faixa etária intermediária (26,8%) publicam menos. (Gráfico 16 e Tabela A.13 no Apêndice). Ainda no que diz respeito a publicação de temas relacionados a reflexões pessoais, as meninas também postam menos (23,9%) sobre esse

tema quando comparado com os meninos (29,5%), embora essa diferença não seja significativa ($p = 0,482$). Temas sobre objetos de valor sentimental ou evocativos, as meninas (18,2%) publicam mais sobre este assunto e os meninos (6,4%) publicam menos ($p = 0,034$). Quanto a temas sobre relacionamentos amorosos e sentimentais, as meninas (31,8%) costumam publicar mais quando comparado com os meninos (19,2%), com p-valor 0,077. Em relação a processos de aprendizagem, conhecimento ou descobertas, as meninas (30,7%) que mais publicam sobre este tema quando comparado com os meninos (28,2%), porém essa diferença não seja significativa ($p = 0,737$) (Tabela A.12 no Apêndice). Temas sobre atividades laborais e profissionais, os mais novos (15 a 17 anos) publicam mais (48,3%) sobre o tema comparado com as faixas etárias de 18 a 22 anos (33,8%) e os faixa estaria de 23 anos ou mais (37,9%), porém essas diferenças não foram significativas (p -valor=0,386), Tabela A.13, no Apêndice

Gráfico 16: Porcentagem de participantes segundo faixa etária e conteúdo que costumam publicar sobre temas relacionados a reflexões pessoais.



A maioria (53,1%) dos participantes levam menos de 4 minutos para elaborar e publicar um conteúdo na rede social (Gráfico 17). Quanto ao horário e local em que costumam publicar com maior frequência, verificamos que, seja durante a semana ou ao fim de semana, 49,7% e 52,9% dos respondentes publicam à tarde, respectivamente, durante a semana e no final de semana e 49,2% e 43,9% dos pesquisados responderam à noite, respectivamente, durante a semana e no final de semana, ver Tabelas A.15 e A.16 no Apêndice. Além disso, a maioria publica de casa (65,8%) conforme mostram o Gráfico 18 e a Tabela A.17 no Apêndice

Com relação ao tempo aproximado de consumo de conteúdo em redes sociais, Blogs e Sites da Web, com a finalidade de ver imagens, textos sobre histórias, durante a semana, a maioria

gasta de 1 a 5 horas (55,6%). Nos finais de semana, a maioria gasta de 1 a 5 horas (54,6%), embora também haja uma percentagem de 15,0% que gasta mais de 5 horas (Gráfico 19).

Gráfico 17: Percentagem de participantes segundo o tempo aproximado que levam para elaborar e publicar um conteúdo na rede social.

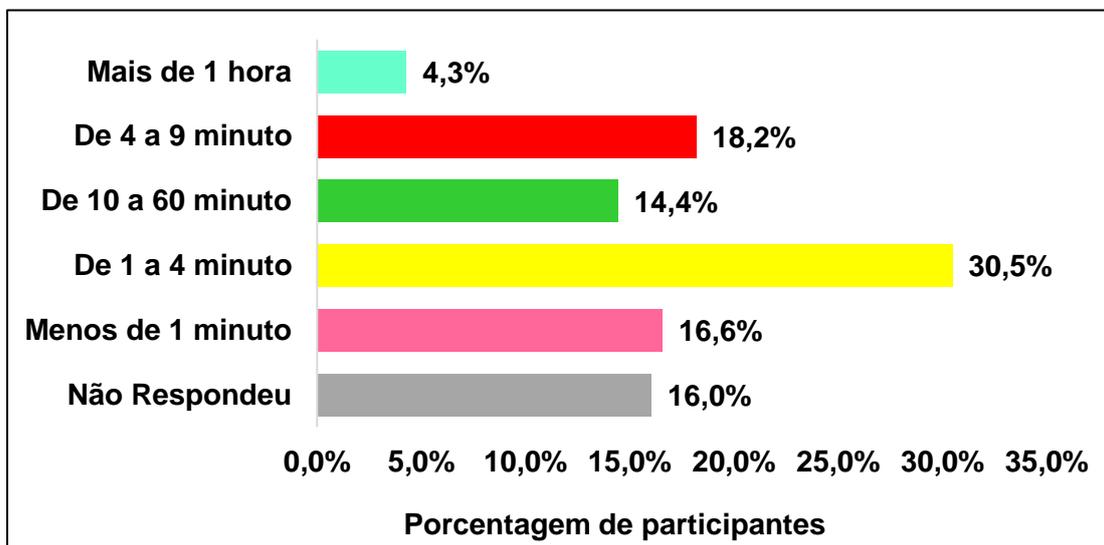


Gráfico 18: Percentagem de participantes segundo o local que gosta de publicar.

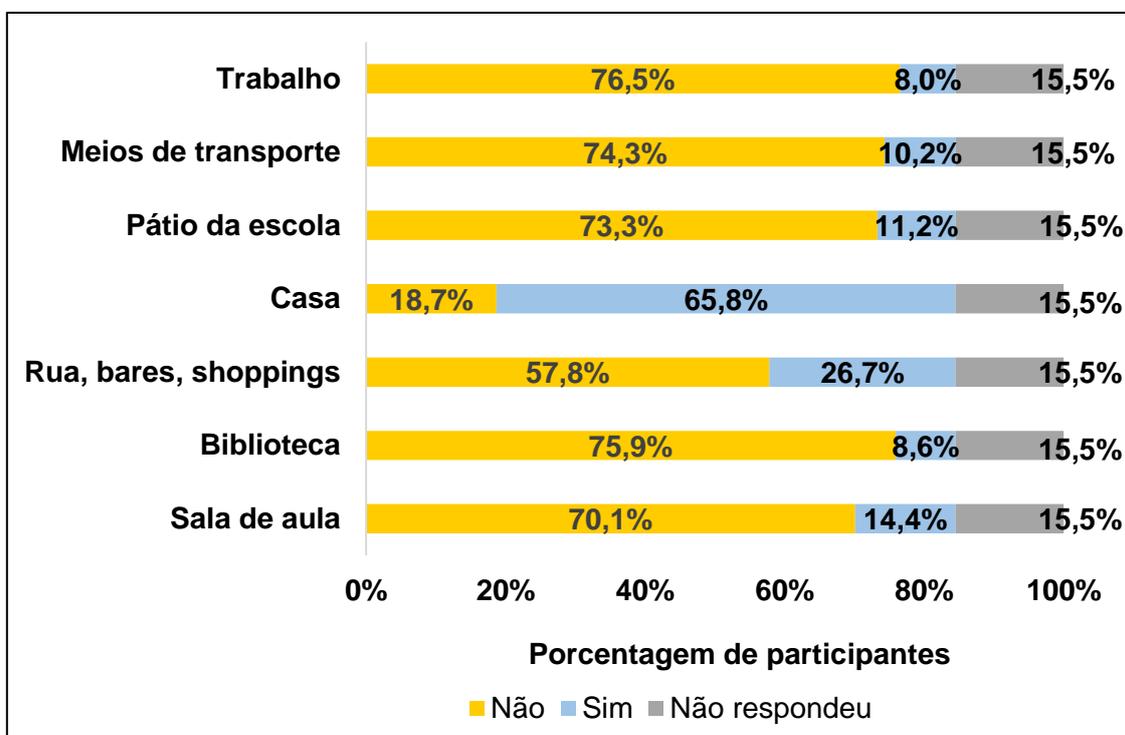


Gráfico 19: Porcentagem de participantes segundo o tempo aproximado que levam dedicados as redes sociais, Blogs e sites da Web, com a finalidade de ver imagens, textos sobre histórias, segundo dia de semana ou fim de semana.

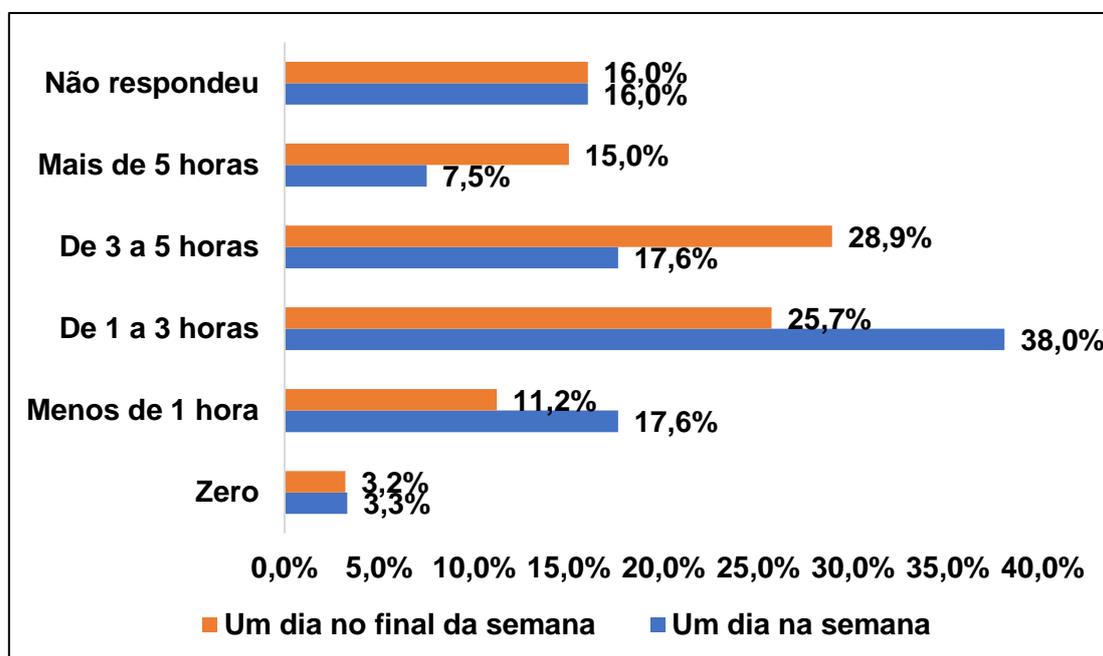
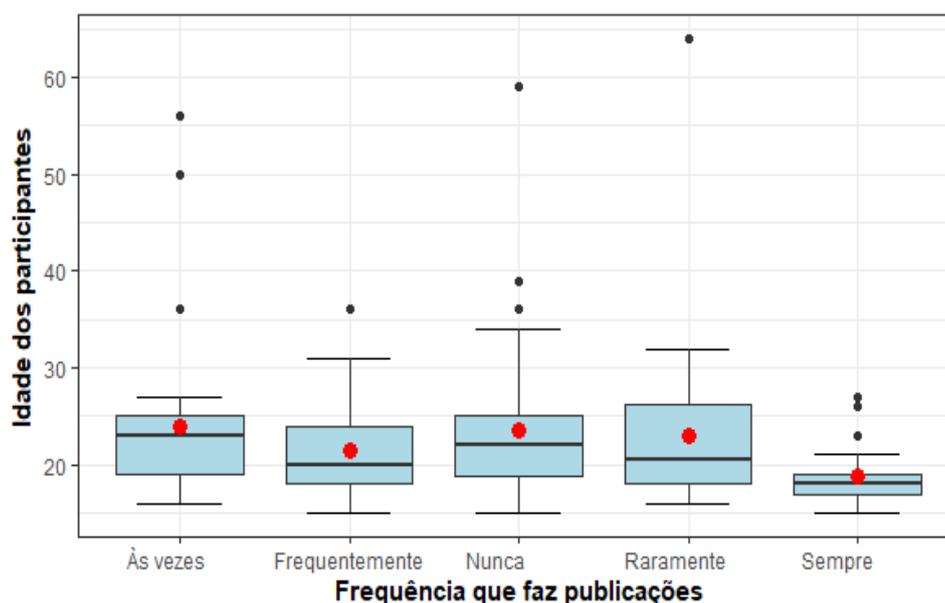


Tabela 3: A média, desvio padrão e mediana da idade dos participantes segundo a frequência que fez publicações.

Frequência que faz publicações nas redes sociais	n	Média	Desvio padrão	Mediana*
Nunca	38	23,5	8,1	22,0
Raramente	43	23,0	9,3	20,5
Às vezes	36	23,8	8,0	20,0
Frequentemente	28	21,4	5,0	19,5
Sempre	21	18,8	3,1	18,0

Nota: Teste Mediana, p-valor= 0,014.

Gráfico 20: Boxplot² da distribuição das idades dos participantes segundo a frequência que fez publicações.



A Tabela 3 mostra que dentre os participantes que sempre realizaram publicações na rede social, observou-se que a idade mediana foi 18 anos, ou seja, cinquenta por cento dos participantes tinham até 18 anos. Ao realizar o teste de mediana, encontrou-se evidências de que a idade mediana dos que sempre realizaram publicações na rede social difere entre os demais, ao nível de significância de 5%, conforme mostram o Gráfico 20 e Tabela 3. Adicionalmente, observou-se que há evidências de que a frequência de publicações realizadas nas redes sociais seja dependente do sexo dos participantes (ver Tabela 4).

Tabela 4: Número de participantes segundo o sexo e a frequência que fez publicações.

Frequência que faz publicações nas redes sociais	Feminino	Masculino	p-valor
Nunca	11	25	0,010
Raramente	12	16	
Às vezes	24	14	
Frequentemente	28	15	
Sempre	13	8	
Total	88	78	

² *Boxplot* é um recurso gráfico representado por uma caixa com dois limites, limites superior e inferior. A linha central da caixa representa a mediana. O extremo inferior da caixa representa o primeiro quartil (Q1) e o extremo superior da caixa refere-se ao terceiro quartil (Q3). As linhas que se estendem do topo e abaixo da caixa são os valores mais baixos ou mais altos, dentro da região definida pelos seguintes limites: inferior $Q1 - 1.5(Q3 - Q1)$ e superior $Q1 + 1.5(Q3 - Q1)$. Os pontos que se situam abaixo do limite inferior ou acima do limite superior são nomeados de outliers ou valores muito diferentes do restante do conjunto de dados e são representados por círculos.

Os Gráficos 21 a 25 são denominados de Nuvem de palavras. Eles evidenciam a frequência das palavras observadas nas perguntas abertas do questionário. Neste tipo de ferramenta gráfica quanto maior o tamanho da palavra maior a frequência (número de ocorrência) com que elas aparecem no texto, ou seja, o gráfico representa de forma visual os termos mais frequentes por meio do tamanho da palavra mostrada. No que diz respeito a pergunta sobre a história (série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais) que os participantes da pesquisa declararam que são fãs, as palavras que apareceram nas respostas em ordem decrescente de frequência foram: “Harry Potter” (35), “Senhor dos Anéis” (15) e Game of Thrones (13), conforme pode ser visualizado no Gráfico 21.

O Gráfico 22 refere-se a pergunta que investiga se o tipo de conteúdo produzido pelos respondentes tem alguma relação com a série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais que eles são fãs. Os dados revelam que as palavras que aparecem nas respostas em ordem de maior para menor frequência são: “Fanfics” (5) e “Desenho” (3). A Nuvem de Palavras produzida no Gráfico 23 permitiu identificar que há outras redes sociais, além das listas no questionário, que os respondentes têm conta de usuários. Neste gráfico de nuvem gerado fica evidente que as redes que os respondentes têm conta além das listadas no questionário são: “Linkedin” (6), “Pinterest” (4) e “Reddit” (3). No que diz respeito a rede social que o respondente tem seguidor que conhece ou que não conhece, como primeira opção de rede social, o Gráfico 24 mostra que as redes sociais “TikTok” (9) e “Pinterest” (4) aparecem com maior frequência nas respostas dos pesquisados. Já o Gráfico 25 mostra a segunda opção, “Telegram” (4), “Be Real” (2) e “E-mail” (2).

Gráfico 21: Nuvens de palavras produzidas a partir da série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais que os participantes informaram que são fãs.

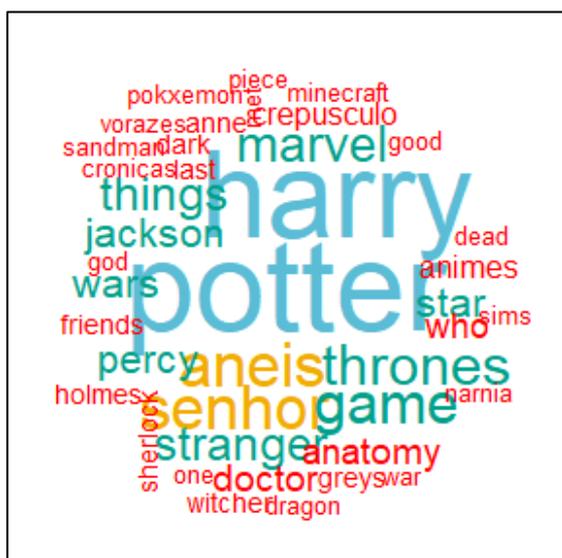


Gráfico 22: Nuvem de palavras referente ao tipo de conteúdo produzido pelos respondentes que tem relação com a série, filme, comunidade, saga literária, livro, comics, jogos digitais que são fãs.



Gráfico 23: Nuvem de palavras referente a outras redes que o respondente tem conta de usuário.

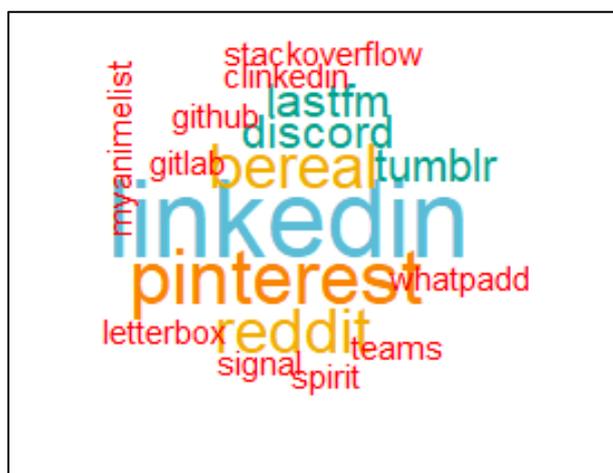


Gráfico 24: Nuvem de palavras referente a rede social que o respondente costuma seguir pessoas que são conhecidas (amigos, familiares, etc.), e, também, pessoas que não conhecidas pessoalmente (famosos, influenciadores, etc.).



Gráfico 25: Nuvem de palavras referente a rede social que o respondente costuma seguir pessoas que são conhecidas (amigos, familiares, etc.), e, também, pessoas que não conhecidas pessoalmente (famosos, influenciadores, etc.).



Resumo dos resultados

Conforme mencionado na introdução, a análise descritiva considerou 187 sujeitos entre 15 e 64 anos, sendo 16,0% entre 15 a 17 anos, 45,5% entre 18 a 22 anos e os demais (38,5%) informaram ter 23 anos ou mais. Dentre os participantes da pesquisa, 51,3% são do sexo feminino e 48,3% do sexo masculino. Todos os pesquisados são estudantes, 6,4% está na pós-graduação, 47,1% está no Ensino Superior e 46,5% está no Ensino Médio.

Algumas diferenças com relação ao sexo foram observadas:

- As meninas estão mais presentes no Instagram, no TikTok e no Twitter do que os meninos, sendo a maior diferença observada no TikTok – as meninas possuem mais conta no TikTok (54,2%) quando comparadas aos meninos (27,5%).
- Com relação ao conteúdo publicado observa-se que as meninas (70,5%) publicam mais sobre lugares e espaços do que os meninos (51,3%).
- No que diz respeito as pessoas importantes nas próprias vidas, as meninas (69,3%) publicam mais sobre esse tema quando comparado com os meninos (42,3%).
- Observou-se também que as meninas (83,0%) publicam mais sobre passatempo, hobbies e paixões do que os meninos (61,5%).
- Para temas sobre relacionamentos românticos e sentimentais, as meninas (31,8%) postam mais sobre esse tema ao comparar com aos meninos (19,2%).
- Sobre temas relacionados as reflexões pessoais, as meninas postam menos (23,9%) sobre esse tema quando comparado com os meninos (29,5%), embora essa diferença não seja significativa ($p = 0,482$).
- Temas sobre objetos de valor sentimental ou evocativos, as meninas (18,2%) publicam mais sobre este assunto e os meninos (6,4%) publicam menos.
- Quanto a temas sobre relacionamentos amorosos e sentimentais, as meninas (31,8%) costumam publicar mais quando comparado com os meninos (19,2%).
- Em relação a processos de aprendizagem, conhecimento ou descobertas, as meninas (30,7%) que mais publicam sobre este tema quando comparado com os meninos (28,2%), porém essa diferença não seja significativa.

Algumas observações com relação a faixa etária:

- No Twitter, os mais novos (15 a 17 anos) têm maior porcentagem de conta (70,0%), os que estão na faixa etária de 23 anos ou mais possuem uma porcentagem menor (44,4%).
- Para temas sobre relacionamentos românticos e sentimentais, os mais jovens (15 a 17 anos) postam menos (10,3%) comparado com os respondentes na faixa entre 18 a 22 anos (29,6%) e respondentes na faixa de 23 anos ou mais (28,8%).
- Sobre temas relacionados as reflexões pessoais, os mais novos (15 a 17 anos) tendem a publicar mais (31,0%), os que têm 23 ou mais (24,2%) e os da faixa etária intermediária (26,8%) publicam menos.
- Com relação aos processos de aprendizado, conhecimento ou descobertas, verificou-se que não há associação significativa com a faixa etária. No entanto, de forma descritiva, os participantes que estão na faixa etária de 23 anos ou mais publicam mais (31,8%) sobre o tema quando comparado com os mais jovens (15 a 17 anos) que publicam menos (27,8%).

Com relação a escolaridade:

- Os respondentes com menor escolaridade (Ensino Médio, 60,9%) é que tem menor porcentagem de conta no Facebook, comparado com os sujeitos com maior escolaridade (Superior (83,0%), e Pós-Graduação (83,0%).

A maioria (53,1%) dos participantes levam menos de 4 minutos para elaborar e publicar um conteúdo na rede social, publicam mais à tarde e à noite. Além disso, a maioria publica de casa (65,8%).

Com relação ao tempo aproximado de consumo de conteúdo em redes sociais, Blogs e Sites da Web, com a finalidade de ver imagens, textos sobre histórias, a maioria gasta de 1 a 5 horas, tanto durante a semana quanto nos finais de semana.

Os participantes da pesquisa declararam que são fãs, principalmente, de “Harry Potter” (35), “Senhor dos Anéis” (15) e Game of Thrones (13). Os conteúdos que mais são produzidos são “Fanfics” (5) e “Desenho” (3).

Trabalhos Futuros

Nesta pesquisa, procuramos identificar novas práticas de publicação em redes sociais, para além da utilização de recursos de texto, imagem e vídeo. Para realizar a investigação, elaboramos um questionário respondido online por estudantes com o intuito de compreender mudanças na maneira como histórias pessoais são contadas, quando mediadas por redes sociais.

A próxima etapa da pesquisa consiste em analisar essas novas prática com relação seu possível potencial em contextos de aprendizagem e socioeducativos. Um caminho para proceder com esse aprofundamento é realizar entrevistas com os respondentes que se mostraram interessados sobre o tema.

Referências

CLARKSON, Douglas B.; FAN, Yuan-An; JOE, Harry. A remark on algorithm 643: fexact. **Acm Transactions On Mathematical Software**, [S.L.], v. 19, n. 4, p. 484-488, dez. 1993. Association for Computing Machinery (ACM).
<http://dx.doi.org/10.1145/168173.168412>

MEHTA, Cyrus R.; PATEL, Nitin R.. A Network Algorithm for Performing Fisher's Exact Test in $r \times c$ Contingency Tables. **Journal Of The American Statistical Association**, [S.L.], v. 78, n. 382, p. 427-434, jun. 1983. Informa UK Limited.

MEHTA, Cyrus R.; PATEL, Nitin R.. ALGORITHM 643. **Acm Transactions On Mathematical Software**, [S.L.], v. 12, n. 2, p. 154-161, jun. 1986. Association for Computing Machinery (ACM).

R Core Team. R: A language and environment for statistical computing. **R Foundation for Statistical Computing**, Vienna, Austria, 2019.

Apêndice – Dados de frequência absoluta e porcentagem

Tabela A.1: Frequência absoluta e porcentagem de participantes com dispositivo eletrônicos presentes na residência.

Dispositivos presentes na residência	Frequência absoluta	Frequência relativa
Você tem smartphone		
Não	00	0,0
Sim	155	82,9
Não respondeu	32	17,1
Total	187	100,0
Em sua casa tem desktop/laptop		
Não	10	5,3
Sim	145	77,5
Não respondeu	32	17,1
Total	187	100,0
Em sua casa tem tablet		
Não	104	55,6
Sim	51	27,3
Não respondeu	32	17,1
Total	187	100,0
Em sua casa tem conexão com a internet		
Não	01	0,5
Sim	154	82,4
Não respondeu	32	17,1
Total	187	100,0
Em sua casa tem Smart TV		
Não	47	25,1
Sim	108	57,8
Não respondeu	32	17,1
Total	187	100,0

Tabela A.2: Frequência absoluta e porcentagem de participantes que possuem conta de usuário na rede da internet.

(continua)

Tipo de rede que possui conta de usuário	Frequência absoluta	Frequência relativa
Blog		
Não	179	95,7
Sim	08	4,3
Total	187	100,0
E-mail		
Não	06	3,2
Sim	181	96,8
Total	187	100,0
Facebook		
Não	51	27,3
Sim	136	72,7
Total	187	100,0
Instagram		
Não	15	8,0
Sim	172	92,0
Total	187	100,0
Musical.ly		
Não	183	97,9
Sim	04	2,1
Total	187	100,0
Website		
Não	178	95,2
Sim	09	4,8
Total	187	100,0
Skype		
Não	134	71,7
Sim	53	28,3
Total	187	100,0
Snapchat		
Não	149	79,7
Sim	38	20,3
Total	187	100,0
Telegram		
Não	90	48,1
Sim	97	51,9
Total	187	100,0

Tabela A.2: Frequência absoluta e porcentagem de participantes que possuem conta de usuário na rede da internet.

(conclusão)

Tipo de rede que possui conta de usuário	Frequência absoluta	Frequência relativa
Twitter		
Não	76	40,6
Sim	111	59,4
Total	187	100,0
Wiki		
Não	180	96,3
Sim	07	3,7
Total	187	100,0
Whatsapp		
Não	03	1,6
Sim	184	98,4
Total	187	100,0
Youtube		
Não	11	5,9
Sim	176	94,1
Total	187	100,0
Tik Tok		
Não	110	58,8
Sim	77	41,2
Total	187	100,0

Tabela A.3: Frequência absoluta e porcentagem de participantes que costuma seguir pessoas (conhecidas e desconhecidas) segundo plataforma digital.

Perfis você costuma seguir	Frequência absoluta	Frequência relativa
<i>Facebook</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	43	23,0
Perfis que conheço pessoalmente	130	69,5
Perfis que não conheço pessoalmente	12	6,4
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Instagram</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	15	8,0
Perfis que conheço pessoalmente	85	45,5
Perfis que não conheço pessoalmente	85	45,5
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Snapchat</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	142	75,9
Perfis que conheço pessoalmente	39	20,9
Perfis que não conheço pessoalmente	04	2,1
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Twitter</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	74	39,6
Perfis que conheço pessoalmente	32	17,1
Perfis que não conheço pessoalmente	79	42,2
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Whatsapp</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	01	0,5
Perfis que conheço pessoalmente	184	98,4
Perfis que não conheço pessoalmente	00	0,0
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100
<i>Youtube</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	05	2,7
Perfis que conheço pessoalmente	08	4,3
Perfis que não conheço pessoalmente	172	92,0
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Outras 1</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	154	82,4
Perfis que conheço pessoalmente	09	4,8
Perfis que não conheço pessoalmente	22	11,8
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0
<i>Outras 2</i>		
Não tenho conta de usuário nesta rede	170	90,9
Perfis que conheço pessoalmente	08	4,3
Perfis que não conheço pessoalmente	07	3,7
Não respondeu	02	1,1
Total	187	100,0

Tabela A.4: Frequência absoluta e porcentagem de participantes que utilizam os dispositivos nas suas publicações.

Frequência que os participantes usam os dispositivos nas publicações	Frequência absoluta	Frequência relativa
Computador		
Nunca	117	62,6
Raramente	19	10,2
Às vezes	12	6,4
Frequentemente	05	2,7
Sempre	04	2,1
Não respondeu	30	16,0
Total	187	100,0
Computador laptop		
Nunca	84	44,9
Raramente	34	18,2
Às vezes	19	10,2
Frequentemente	10	5,3
Sempre	10	5,3
Não respondeu	30	16,0
Total	187	100,0
Tablet		
Nunca	140	74,9
Raramente	09	4,8
Às vezes	03	1,6
Frequentemente	04	2,1
Sempre	01	0,5
Não respondeu	30	16,0
Total	187	100,0
Smartphone		
Nunca	07	3,7
Raramente	09	4,8
Às vezes	09	4,8
Frequentemente	24	12,8
Sempre	107	57,2
Não respondeu	31	16,6
Total	187	100,0

Tabela A.5: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo a frequência que publica os conteúdos. (continuação)

Frequência com que publica os conteúdos	Frequência absoluta	Frequência relativa
Mosaico de fotos, colagem		
Nunca	114	61,0
Mensalmente	43	23,0
Semanalmente	09	4,8
Diariamente	00	0,0
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Fotos		
Nunca	45	24,1
Mensalmente	96	51,3
Semanalmente	21	11,2
Diariamente	04	2,1
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Várias fotos em uma mesma publicação		
Nunca	77	41,2
Mensalmente	80	42,8
Semanalmente	08	4,3
Diariamente	01	0,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Músicas		
Nunca	106	56,7
Mensalmente	34	18,2
Semanalmente	19	10,2
Diariamente	07	3,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Selfies individuais		
Nunca	78	41,7
Mensalmente	65	34,8
Semanalmente	22	11,8
Diariamente	01	0,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Selfies em grupos		
Nunca	67	35,8
Mensalmente	76	40,6
Semanalmente	22	11,8
Diariamente	01	0,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.5: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo a frequência que publica os conteúdos. (conclusão)

Frequência com que publica os conteúdos	Frequência absoluta	Frequência relativa
Textos sobre o que você pensa ou sobre o que acontece com você		
Nunca	102	54,5
Mensalmente	26	13,9
Semanalmente	26	13,9
Diariamente	12	6,4
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Textos sobre o que acontece à sua volta		
Nunca	101	54,0
Mensalmente	36	19,3
Semanalmente	17	9,1
Diariamente	12	6,4
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Textos sobre o mundo da ficção (filmes, livros, comics, jogos digitais ...)		
Nunca	114	61,0
Mensalmente	26	13,9
Semanalmente	19	10,2
Diariamente	07	3,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Vídeos em que você aparece		
Nunca	109	58,3
Mensalmente	46	24,6
Semanalmente	09	4,8
Diariamente	02	1,1
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Vídeos ao vivo		
Nunca	162	86,6
Mensalmente	04	2,1
Semanalmente	00	0,0
Diariamente	00	0,0
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Outros (memes, gifs, ...)		
Nunca	82	43,9
Mensalmente	30	16,0
Semanalmente	34	18,2
Diariamente	20	10,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.6: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo os elementos que publicam nas redes sociais.

Com qual frequência você utiliza os elementos citados abaixo, em suas publicações	Frequência absoluta	Frequência relativa
Breve texto explicativo/descriptivo		
Nunca	47	25,1
Raramente	37	19,8
Às vezes	34	18,2
Frequentemente	36	19,3
Sempre	12	6,4
Não respondeu	21	11,2
Total	187	1000
Emojis		
Nunca	25	13,4
Raramente	19	10,2
Às vezes	40	21,4
Frequentemente	52	27,8
Sempre	30	16,0
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Etiqueta de localização		
Nunca	61	32,6
Raramente	41	21,9
Às vezes	29	15,5
Frequentemente	29	15,5
Sempre	06	3,2
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Hashtag		
Nunca	97	51,9
Raramente	43	23,0
Às vezes	17	9,1
Frequentemente	06	3,2
Sempre	03	1,6
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Marcação pessoas		
Nunca	36	19,3
Raramente	30	16,0
Às vezes	52	27,8
Frequentemente	32	17,1
Sempre	16	8,6
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.7: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo sexo que possui conta de usuário na rede da internet.

(continuação)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	Feminino		Masculino		p-valor
	n	%	n	%	
Blog					0,031
Não	95	99,0	84	92,3	
Sim	01	1,0	07	7,7	
Total	96	100,0	91	100,0	
E-mail					1,00
Não	03	3,1	03	3,3	
Sim	93	88,0	88	96,7	
Total	96	100,0	91	100,0	
Facebook					0,102
Não	21	21,9	30	33,0	
Sim	75	78,1	61	67,0	
Total	96	100,0	91	100,0	
Instagram					0,002
Não	02	2,1	13	14,3	
Sim	94	97,9	78	85,7	
Total	96	100,0	91	100,0	
Musical.ly					0,122
Não	92	95,8	91	100	
Sim	04	4,2	00	0,0	
Total	96	100,0	91	100,0	
Website					0,016
Não	95	99,0	83	91,2	
Sim	01	1,0	08	8,8	
Total	96	100,0	91	100,0	
Skype					0,196
Não	73	76,0	61	67,0	
Sim	23	24,0	30	33,0	
Total	96	100,0	91	100,0	
Snapchat					0,068
Não	71	74,0	78	85,7	
Sim	25	26,0	13	14,3	
Total	96	100,0	91	100,0	
Telegram					0,465
Não	49	51,0	41	45,1	
Sim	47	49,0	50	54,9	
Total	96	100,0	91	100,0	

Tabela A.7: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo sexo que possui conta de usuário na rede da internet.

(conclusão)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	Feminino		Masculino		p-valor
	n	%	n	%	
Twitter					0,018
Não	31	32,3	45	49,5	
Sim	65	67,7	46	50,5	
Total	96	100,0	91	100,0	
Wiki					0,269
Não	94	97,9	86	94,5	
Sim	02	2,1	05	5,5	
Total	96	100,0	91	100,0	
Whatsapp					0,613
Não	1	1,0	2	2,2	
Sim	95	99,0	89	97,8	
Total	96	100,0	91	100,0	
Youtube					0,762
Não	05	5,2	06	6,6	
Sim	91	94,8	85	93,4	
Total	96	100,0	91	100,0	
Tik Tok					0,000
Não	44	45,8	66	72,5	
Sim	52	54,2	25	27,5	
Total	96	100,0	91	100,0	

Tabela A.8: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo faixa etária que possui conta de usuário na rede da internet.

(continuação)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	15 a 17 anos		18 a 22 anos		23 anos ou mais		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Blog							0,561
Não	00	0,0	02	2,4	01	1,4	
Sim	30	100,0	83	97,6	71	98,6	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
E-mail							0,324
Não	02	6,7	03	3,5	01	1,4	
Sim	28	93,3	82	96,5	71	98,6	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Facebook							0,137
Não	12	40,0	24	28,2	15	20,8	
Sim	18	60,0	61	71,8	57	79,2	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Instagram							1,000
Não	02	6,7	07	8,2	06	8,3	
Sim	28	93,3	78	91,8	66	91,7	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Musical.ly							0,088
Não	28	93,3	83	97,6	72	100,0	
Sim	02	6,7	02	2,4	00	0,0	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Website							0,656
Não	29	96,7	82	96,5	67	93,1	
Sim	01	3,3	03	3,5	05	6,9	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Skype							0,399
Não	24	80,0	62	72,9	48	66,7	
Sim	06	20,0	23	27,1	24	33,3	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Snapchat							0,004
Não	22	73,3	61	71,8	66	91,7	
Sim	08	26,7	24	28,2	06	8,3	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Telegram							0,886
Não	15	50,0	39	45,9	36	50,0	
Sim	15	50,0	46	54,1	36	50,0	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	

Tabela A.8: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo faixa etária que possui conta de usuário na rede da internet.

(conclusão)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	15 a 17 anos		18 a 22 anos		23 anos ou mais		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Twitter							0,004
Não	09	30,0	27	31,8	40	55,6	
Sim	21	70,0	58	68,2	32	44,4	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Wiki							0,525
Não	30	100,0	82	96,5	68	94,4	
Sim	00	0,0	03	3,5	04	5,6	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Whatsapp							1,000
Não	00	0,0	02	2,4	01	1,4	
Sim	30	100,0	83	97,6	71	98,6	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Youtube							0,062
Não	01	3,3	02	2,4	08	11,1	
Sim	29	96,7	83	97,6	64	88,9	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	
Tik Tok							0,000
Não	09	30,0	44	51,8	57	79,2	
Sim	21	70,0	41	48,2	15	20,8	
Total	30	100,0	85	100,0	72	100,0	

Tabela A.9: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo escolaridade que possui conta de usuário na rede da internet.

(continuação)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	Ensino médio		Superior		Pós-graduação		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Blog							0,102
Não	83	95,4	86	97,7	10	83,3	
Sim	04	4,6	02	2,3	02	16,7	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
E-mail							0,628
Não	04	4,6	02	2,3	00	0,0	
Sim	83	95,4	86	97,7	12	100,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Facebook							0,003
Não	34	39,1	15	17,0	02	16,7	
Sim	53	60,9	73	83,0	10	83,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Instagram							0,459
Não	09	10,3	05	5,7	01	8,3	
Sim	78	89,7	83	94,3	11	91,7	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Musical.ly							0,119
Não	83	95,4	88	100,0	12	100,0	
Sim	04	4,6	00	0,0	00	0,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Website							0,862
Não	82	94,3	84	95,5	12	100,0	
Sim	05	5,7	04	4,5	00	0,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Skype							0,813
Não	64	73,6	62	70,5	08	66,7	
Sim	23	26,4	26	29,5	04	33,3	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Snapchat							0,145
Não	64	73,6	74	84,1	11	91,7	
Sim	23	26,4	14	15,9	01	8,3	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Telegram							0,894
Não	43	49,4	42	47,7	05	41,7	
Sim	44	50,6	46	52,3	07	58,7	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	

Tabela A.9: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo escolaridade que possui conta de usuário na rede da internet. (conclusão)

Em qual(ais) rede(s) você tem conta de usuário.	Ensino médio		Superior		Pós-graduação		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Twitter							0,157
Não	29	33,3	41	46,6	06	50,0	
Sim	58	66,7	47	53,4	06	50,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Wiki							0,036
Não	83	95,4	87	98,9	10	83,3	
Sim	04	4,6	01	1,1	02	16,7	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Whatsapp							0,690
Não	02	2,3	01	1,1	00	0,0	
Sim	85	97,7	87	98,9	12	100,0	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	
Youtube							0,057
Não	02	2,3	07	8,0	02	16,7	
Sim	85	97,7	81	92,0	10	83,3	
Total	87	100,0	88	100,0	12	12	
Tik Tok							0,000
Não	40	46,0	59	67,0	11	91,7	
Sim	47	54,0	29	33,0	01	8,3	
Total	87	100,0	88	100,0	12	100,0	

Tabela A.10: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo a duração média dos vídeos que publicam nas redes sociais.

Qual a duração média dos vídeos que publica	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não público vídeos		
Não	75	40,1
Sim	91	48,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Inferior a 30 segundos		
Não	107	57,2
Sim	59	31,6
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
De 30 a 60 segundos		
Não	147	78,6
Sim	19	10,2
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
De 1 a 5 minutos		
Não	159	85,0
Sim	07	3,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Superior a 5 minutos.		
Não	165	88,2
Sim	01	0,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.11: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(continuação)

Qual (ais) são os conteúdos que costuma publicar	Frequência absoluta	Frequência relativa
Atividades laborais e profissionais		
Não	103	55,1
Sim	63	33,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Passatempo, hobbies, paixões		
Não	45	24,1
Sim	121	64,7
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Eventos importantes da vida		
Não	76	40,6
Sim	90	48,1
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Lugares e espaços		
Não	64	34,2
Sim	102	54,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Objetos de valor sentimental ou evocativos		
Não	145	77,5
Sim	21	11,2
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Pessoas importantes em sua vida		
Não	72	38,5
Sim	94	50,3
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.11: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(conclusão)

Qual (ais) são os conteúdos que você costuma publicar	Frequência absoluta	Frequência relativa
Processo de aprendizado, conhecimento ou descobertas		
Não	117	62,6
Sim	49	26,2
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Reflexões pessoais		
Não	122	65,2
Sim	44	23,5
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Relacionamentos amorosos e sentimentais		
Não	123	65,8
Sim	43	23,0
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Sonhos e desejos pessoais		
Não	154	82,4
Sim	12	6,4
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0
Vida cotidiana		
Não	95	50,8
Sim	71	38,0
Não respondeu	21	11,2
Total	187	100,0

Tabela A.12: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o sexo e o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

Qual (ais) são os conteúdos que você costuma publicar	Feminino		Masculino		p-valor
	n	%	n	%	
Atividades laborais e profissionais					0,874
Não	54	61,4	49	62,8	
Sim	34	38,6	29	37,2	
Total	88	100,0	78	100,0	
Passatempo, hobbies, paixões					0,003
Não	15	17,0	30	38,5	
Sim	73	83,0	48	61,5	
Total	88	100,0	78	100,0	
Eventos importantes da vida					0,012
Não	32	36,4	44	56,4	
Sim	56	63,6	34	43,6	
Total	88	100,0	78	100,0	
Lugares e espaços					0,016
Não	26	29,5	38	48,7	
Sim	62	70,5	40	51,3	
Total	88	100,0	78	100,0	
Objetos de valor sentimental ou evocativos					0,034
Não	72	81,8	73	93,6	
Sim	16	18,2	05	6,4	
Total	88	100,0	78	100,0	
Pessoas importantes em sua vida					0,001
Não	27	30,7	45	57,7	
Sim	61	69,3	33	42,3	
Total	88	100,0	78	100,0	
Processo de aprendizado, conhecimento ou descobertas					0,737
Não	61	69,3	56	71,8	
Sim	27	30,7	22	28,2	
Total	88	100,0	78	100,0	
Reflexões pessoais					0,482
Não	67	76,1	55	70,5	
Sim	21	23,9	23	29,5	
Total	88	100,0	78	100,0	
Relacionamentos amorosos e sentimentais					0,077
Não	60	68,2	63	80,8	
Sim	28	31,8	15	19,2	
Total	88	100,0	78	100,0	
Sonhos e desejos pessoais					0,381
Não	80	90,9	74	94,9	
Sim	08	9,1	04	5,1	
Total	88	100,0	91	100,0	
Vida cotidiana					0,116
Não	45	51,1	50	64,1	
Sim	43	48,9	28	35,9	
Total	88	100,0	78	100,0	

Tabela A.13: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo a faixa etária e o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(continuação)

Qual (ais) são os conteúdos que você costuma publicar	15 a 17 anos		18 a 22 anos		23 anos ou mais		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Atividades laborais e profissionais							0,386
Não	15	51,7	47	66,2	41	62,1	
Sim	14	48,3	24	33,8	25	37,9	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Passatempo, hobbies, paixões							0,513
Não	06	20,7	18	25,4	21	31,8	
Sim	23	79,3	53	74,6	45	68,2	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Eventos importantes da vida							0,857
Não	13	44,8	31	43,7	32	48,5	
Sim	16	55,2	40	56,3	34	51,5	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Lugares e espaços							0,386
Não	14	48,3	28	39,4	22	33,3	
Sim	15	51,7	43	60,6	44	66,7	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Objetos de valor sentimental ou evocativos							0,095
Não	24	82,8	59	83,1	62	93,9	
Sim	05	17,2	12	16,9	04	6,1	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Pessoas importantes em sua vida							0,232
Não	09	31,0	30	42,3	33	50,0	
Sim	20	69,0	41	57,7	33	50,0	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Processo de aprendizado, conhecimento ou descobertas							0,900
Não	21	72,4	51	71,8	45	68,2	
Sim	08	27,8	20	28,2	21	31,8	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	

Tabela A.13: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo a faixa etária e o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(conclusão)

Qual (ais) são os conteúdos que você costuma publicar	15 a 17 anos		18 a 22 anos		23 anos ou mais		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Reflexões pessoais							0,799
Não	20	69,0	52	73,2	50	75,8	
Sim	09	31,0	19	26,8	16	24,2	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Relacionamentos amorosos e sentimentais							0,099
Não	26	89,7	50	74,4	47	71,2	
Sim	03	10,3	21	29,6	19	28,8	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Sonhos e desejos pessoais							0,922
Não	27	93,1	65	91,5	62	93,9	
Sim	02	6,9	06	8,5	04	6,1	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	
Vida cotidiana							0,782
Não	15	51,7	42	59,2	38	57,6	
Sim	14	48,3	29	40,8	28	42,4	
Total	29	100,0	71	100,0	66	100,0	

Tabela A.14: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo escolaridade e o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(continuação)

Qual(ais) são os conteúdos que você costuma publicar	Ensino médio		Superior		Pós-graduação		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Atividades laborais e profissionais							0,467
Não	50	64,9	48	61,5	05	45,5	
Sim	27	35,1	30	38,5	06	54,5	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Passatempo, hobbies, paixões							0,488
Não	23	29,9	18	23,1	04	36,4	
Sim	54	70,1	60	76,9	07	63,6	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Eventos importantes da vida							0,622
Não	38	49,4	34	43,6	04	36,4	
Sim	39	50,6	44	56,4	07	63,6	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Lugares e espaços							0,129
Não	36	46,8	24	30,8	04	36,4	
Sim	41	53,2	54	69,2	07	63,6	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Objetos de valor sentimental ou evocativos							0,139
Não	64	83,1	72	92,3	09	81,8	
Sim	13	16,9	06	7,7	02	18,2	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Pessoas importantes em sua vida							0,752
Não	33	42,9	33	42,3	06	54,5	
Sim	44	57,1	45	57,7	05	45,5	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Processo de aprendizado, conhecimento ou descobertas							0,862
Não	54	70,1	56	71,8	07	63,6	
Sim	23	29,9	22	28,2	04	36,4	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	

Tabela A.14: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo escolaridade e o conteúdo que costumam publicar nas redes sociais.

(conclusão)

Qual(ais) são os conteúdos que você costuma publicar	Ensino médio		Superior		Pós-graduação		p-valor
	n	%	n	%	n	%	
Reflexões pessoais							0,787
Não	55	71,4	58	74,4	09	81,8	
Sim	22	28,6	20	25,6	02	18,2	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Relacionamentos amorosos e sentimentais							0,095
Não	63	81,8	52	66,7	08	72,7	
Sim	14	18,2	26	33,3	03	27,3	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Sonhos e desejos pessoais							0,283
Não	73	94,8	72	92,3	09	81,8	
Sim	04	5,2	06	7,7	02	18,2	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	
Vida cotidiana							0,826
Não	46	59,7	43	55,1	06	54,5	
Sim	31	40,3	35	44,9	05	45,5	
Total	77	100,0	78	100,0	11	100,0	

Tabela A.15: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o momento durante o dia útil que preferem publicar as postagens nas redes sociais.

Em qual momento do dia prefere fazer as postagens	Frequência absoluta	Frequência relativa
Ao acordar		
Não	149	79,7
Sim	09	4,8
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a manhã		
Não	130	69,5
Sim	28	15,0
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
À hora do almoço		
Não	132	70,6
Sim	26	13,9
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a tarde		
Não	65	34,8
Sim	93	49,7
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a noite		
Não	66	35,3
Sim	92	49,2
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0

Tabela A.16: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o momento durante o final de semana dia que preferem publicar as postagens nas redes sociais.

Em qual(ais) momento(s) dos finais de semana você, prefere fazer suas postagens.	Frequência absoluta	Frequência relativa
Ao acordar		
Não	150	80,2
Sim	08	04,3
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a manhã		
Não	132	70,6
Sim	26	13,9
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
À hora do almoço		
Não	135	72,2
Sim	23	12,3
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a tarde		
Não	59	31,6
Sim	99	52,9
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Durante a noite		
Não	76	40,6
Sim	82	43,9
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0

Tabela A.17: Frequência absoluta e porcentagem de participantes segundo o local que gosta de publicar.

De qual lugar, você gosta de publicar.	Frequência absoluta	Frequência relativa
Sala de aula		
Não	131	70,1
Sim	27	14,4
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Biblioteca		
Não	142	75,9
Sim	16	8,6
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Rua, bares, shoppings		
Não	108	57,8
Sim	50	26,7
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Casa		
Não	35	18,7
Sim	123	65,8
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Pátio da escola		
Não	137	73,3
Sim	21	11,2
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Meios de transporte		
Não	139	74,3
Sim	19	10,2
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0
Trabalho		
Não	143	76,5
Sim	15	8,0
Não respondeu	29	15,5
Total	187	100,0