



Junio 2018 - ISSN: 1989-4155

O PAPEL DA CONFIANÇA NA PERSPECTIVA DE ADOLESCENTES USUÁRIOS DE MÍDIAS SOCIAIS.

THE TRUST PAPER IN PERSPECTIVE OF USER`S YOUNGS OF SOCIAL MEDIA

EL PAPEL DE LA CONFIANZA EN ADOLESCENTES USUARIOS DE REDES SOCIALES

Manuel Jesus Mamani López

Engenheiro em Informática e Licenciado em Matemática, mestrado em Tecnologia e Sociedade. Atua como pesquisador em áreas de Tecnologia, Informática e desenvolvimento de materiais didáticos digitais.

E-mail: nano_manucci@hotmail.com.br. Currículo Lattes:

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4904268P9>

Décio Estevão Do Nascimento

Engenheiro de Operação, Modalidade Eletrotécnica, mestrado e doutorado em Ciências do Homem e Tecnologia (França) e pós-doutorado em Política Científica e Tecnológica pela Unicamp. Pesquisador nos Programas de Pós-graduação em Tecnologia (PPGTE) e em Planejamento e Governança Pública (PGP). Lidera o Grupo de pesquisa Território: Redes, Políticas, Tecnologia e Desenvolvimento (TRPTD).

E-mail: decio@utfpr.edu.br

Currículo Lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4767389H6>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Manuel Jesus Mamani López y Décio Estevão Do Nascimento (2018): "O papel da confiança na perspectiva de adolescentes usuários de mídias sociais.", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (junio 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/06/adolescentes-midias-sociais.html>

RESUMO

É fato que as mídias digitais são utilizadas cada dia mais como ferramentas de comunicação e interação entre usuários, criando assim as chamadas comunidades sociovirtuais. Um dos problemas decorrentes disso, como em qualquer outra situação, está relacionado aos excessos no seu uso. A sociedade se dá conta de que alguns usuários transgridem limites considerados razoáveis do ponto de vista da dependência das mídias, do tempo a elas dedicado e dos conteúdos compartilhados. Esse vício surge em um contexto de falta de controle tanto individual quanto coletivo. O objetivo geral deste estudo é verificar a correlação entre o vício, no uso de mídias sociais, e a extensão dos limites

da confiança. Para tanto, discute-se o uso de mídias sociais, como *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Youtube*, *Orkut*, entre outros, por adolescentes incluídos em comunidades sociovirtuais. Em termos metodológicos, quanto à sua natureza, a pesquisa é aplicada, descritiva em relação aos seus objetivos e predominantemente quantitativa no que se refere à abordagem do problema. Em relação aos procedimentos técnicos, utilizam-se técnicas de pesquisa bibliográfica e de levantamento, o qual é realizado junto a adolescentes de Curitiba. Como principal resultado, o estudo aponta que há uma relação direta entre aumento do uso da internet, medido pelo nível de "vício", e a intensidade, ou limites, da confiança. Os dados mostram que quanto mais "viciado" é o adolescente mas ele considera, mais ele integra, diferentes elementos da confiança nas suas decisões.

Palavras-chaves: Confiança. Adolescente. Mídias sociais.

ABSTRACT

It is a fact that digital media are increasingly used as tools for communication and interaction among users, thus creating the so-called socio-virtual communities. One of the problems arising from this, as in any other situation, is related to the excesses in its use. The society realizes that some users transgress limits considered reasonable from the point of view of the addiction of the Social media, the time dedicated to them and the shared contents. This addiction appears in a context of both a lack of individual and collective control. The purpose of this study is to verify the correlation between addiction, in the use of social media, and the extension of trust limits. For that, the use of social media, such as Facebook, WhatsApp, Twitter, Youtube, Orkut, among others, by adolescents included in social-virtual communities is discussed. About the methodology, in terms of its nature, the research is applied, descriptive in relation to its objectives and predominantly quantitative in the approach to the problem. In relation to the technical procedures, a bibliographic research and survey techniques are used, which are carried out with adolescents from Curitiba. As a main result, the study points out that there is a direct relationship between increased use of the internet, measured by the level of "addiction", and the intensity, or limits, of trust. The data shows that the more "addicted" the adolescent is, the more he or she considers different elements of trust in their decisions.

Keywords: Trust. Teenager. Social media.

RESUMEN

Es un hecho que las redes sociales digitales son utilizadas cada día más como herramientas de comunicación e interacción entre usuarios, creando así las llamadas comunidades socio virtuales. Uno de los problemas derivados de esto, como en cualquier otra situación, está relacionado al uso excesivo de esta herramienta. La sociedad se da cuenta que algunos usuarios transgreden límites considerados razonables desde el punto de vista de la dependencia de estos medios digitales, tanto del tiempo dedicado a ellos cuanto a los contenidos compartidos. Este vicio surge en un contexto de falta de control tanto individual cuanto colectivo. El objetivo de este estudio es verificar la correlación existente entre el vicio, en el uso de las redes sociales, y la extensión de los límites de confianza. Para esto, se discute el uso de las redes sociales, como *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Youtube*, *Orkut*, entre otros, por adolescentes incluidos en comunidades sociovirtuales. En términos metodológicos, referente a su naturaleza, la investigación es aplicada, descriptiva en relación a seu objetivo y predominantemente cuantitativa en lo que se refiere al abordaje del problema. En relación a los procedimientos técnicos, se utilizan técnicas de investigación bibliográfica y de levantamiento de datos, los cuales se realizan junto a adolescentes participantes de la ciudad de Curitiba. Como principal resultado, el estudio apunta que hay una relación directa entre el aumento del uso de la Internet, medido por el nivel de "vicio" y su intensidad, o también por los límites de la confianza. Los

datos muestran que cuanto más "viciado" es el adolescente, él integra más los diferentes elementos de la confianza en sus decisiones.

Palabras claves: Confianza. Adolescente. Redes sociales.

1 Introdução

Os meios tecnológicos de informação e comunicação¹ de alguma maneira contribuem com as necessidades da sociedade, de tal modo que a vida torna-se mais “fácil”. Neste contexto, a Internet apresenta-se como uma ferramenta impactante no desenvolvimento humano. Práticas de comunicação virtual baseadas nas redes sociais digitais, conhecidas também como mídias sociais, estão evoluindo vertiginosamente. Criam-se comunidades virtuais conformadas por usuários cadastrados nestas mídias, que são caracterizados pela interação comunicativa e inclusão social gerada das relações sociais que acontecem entre os usuários. Segundo Recuero (2008), a comunicação midiática é considerada como uma geração de grupos sociais através da interação mediada pelo computador, formando assim as chamadas comunidades virtuais.

Estas relações sociais têm impacto na formação das comunidades virtuais bem como nos comportamentos dos usuários que a compõem (HAMBURGER; VINITZKY, 2010). Esses usuários têm a liberdade de, entre outras coisas, acessar as redes, postar imagens, enviar mensagens, compartilhar arquivos, interagindo com outros usuários que estejam disponíveis ou não, independentemente de seus atributos (como, por exemplo, idade, sexo, raça, religião, nacionalidade, residência).

Na atualidade, segundo a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM, 2016), o *Facebook*, *WhatsApp*, *YouTube*, *Instagram*, *Google+*, *Twitter*, *Skype*, *LinkedIn*, são as 08 mídias sociais mais utilizadas no Brasil, caracterizados pela diversidade de meios tecnológicos assim também pelo fácil manuseio operativo destas ferramentas. Tendo aos adolescentes como os usuários majoritários cadastrado nas diversas comunidades virtuais.

Com estas inovações tecnológicas, surge também um problema que Young (2004) chama de “vício nas redes sociais”, considerado como um fenômeno novo e de rápido crescimento. No mesmo sentido, Setzer (2005) afirma que um dos problemas que causa esta dependência é a “falta de discernimento” que apresentam os usuários, tanto em relação ao conteúdo compartilhado ou visualizado quanto no que diz respeito ao tempo utilizado. De acordo com Young (2004), usuários com grau severo de vício seriam aqueles que chegam a dedicar, às redes virtuais, entre 40 a 80 horas por semana, tanto de dia como de noite.

Neste contexto, este estudo pretende inserir uma variável no debate na tentativa de auxiliar a compreensão dos fenômenos da “falta de discernimento” apontada por Setzer (2005) e do “vício” levantado por Young (2004). Esta variável é a confiança. De acordo com Gilbert (1996 apud DO NASCIMENTO; LABIAK JR, 2011, p. 21), “a confiança aparece ao centro de um mecanismo complexo que demanda o controle da razão e da afetividade”. A confiança fundamenta uma intenção e decisão de correr riscos em uma relação social, ou seja, uma vontade ou desejo de comprometimento entres os sujeitos da confiança (MAYER; SCHOORMAN, 1995). Objetivo geral deste estudo é verificar a correlação entre o vício no uso de mídias sociais e a extensão dos limites da confiança

Buscando contribuir para o avanço do conhecimento sobre esses temas e suas relações, a pesquisa tem como objetivo geral verificar a correlação entre o vício, no uso de mídias sociais, e a extensão dos limites da confiança, tendo a perspectiva de adolescentes. Além disso, serão considerados três objetivos específicos, mostrando-se primeiro o Mapeamento dos indicadores que caracterizam o vício no uso de mídias sociais, da mesma maneira mapear as principais variáveis que caracterizam a confiança e finalmente, verificar a relação entre vício e confiança junto a adolescentes usuários de mídias sociais. O olhar nesta perspectiva, deve-se ao fato que é neste período de desenvolvimento humano onde aparece o maior número de usuários “viciados” em mídias sociais (Young (2004).

Para atingir estes objetivos foram utilizados procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica e de levantamento. A pesquisa faz uso de dois instrumentos para se verificar a relação entre confiança nas relações interpessoais (virtuais e reais) e a intensidade de vício dos adolescentes em mídias sociais digitais. Um avalia o nível de vício apontado pela psicóloga Young (2004), contendo um questionário de 20 itens que mede os graus leve, moderado e severo do vício em internet. (YOUNG, 2004) e o segundo busca levantar a importância de elementos da confiança

¹ São TIC’s: Computador, telefone celular, reprodutores MP3, Tarjetas de Memória, Televisão digital, Discos Removíveis, Navegador Global de posição de sistemas (GPS), Internet, etc. (SUARES, ALONSO. 2010.p 58).

segundo usuários com diferentes níveis de vício, para este caso, foi construído um questionário baseado nos indicadores da variável confiança, que possam avaliar o comportamento dos usuários adolescentes frente ao uso das mídias sociais e a Internet.

O levantamento foi realizado junto a adolescentes da cidade de Curitiba (Brasil). A amostra, extraída de um universo de 1000 adolescentes, trata-se de seleção não aleatória, por conveniência, envolvendo 286 estudantes. Metade dos adolescentes faz parte do programa “Jovem Aprendiz”², desenvolvido pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) de Curitiba, e a outra metade do programa da Guarda Mirim pertencente à Prefeitura Municipal de Curitiba (Paraná). Esta seleção foi feita evitando vieses ligados a gênero, faixa etária e utilizando critérios específicos de inclusão ou exclusão.

A estrutura deste artigo divide-se em 4 seções. Esta introdução, na sequência a fundamentação teórica (Confiança, Mídias sociais e adolescentes como usuários de mídias sociais digitais). Em seguida, tem-se a apresentação e análise dos resultados obtidos. Finalmente, na parte final do artigo são apresentadas as considerações finais.

2 Fundamentação teórica

Nesta seção, serão apresentadas discussões teóricas sobre confiança, mídias sociais em seguida, faz-se uma abordagem das características dos adolescentes usuários de mídias sociais e finalmente, se caracteriza as duas amostras selecionadas.

2.1 Confiança

A confiança tem sido frequentemente abordada, por psicólogos e sociólogos, como sendo uma característica predominante no comportamento humano, já que ela se viabiliza, ou não, em função de diferentes fatores, como por exemplo, nas relações interpessoais. De acordo com Lomnitz (1971), a complexidade da confiança resulta, entre outros fatores, do seu caráter inegavelmente multidisciplinar e da reciprocidade que existe entre os membros de uma comunidade. Assim como manifesta Giddens (1991, tradução nossa)³, o ato de confiar, em pessoas ou em algo, “pode evitar ou reduzir a angústia, a ansiedade e gerar [...] seguridade ontológica, o que nos habilita a enfrentar melhor aos desafios e riscos da sociedade”. Hardin (1996) considera a confiança interpessoal como o resultado de um processo racional de contínuo relacionamento, onde “minha confiabilidade [...] pode ser reforçada pelo interesse de continuar essa relação” (HARDIN, 1996, p.31, tradução nossa)⁴. Na mesma linha, Fukuyama (1995) defende que a confiança reside nos relacionamentos dos atores de cada grupo social. Por um lado, ela é fundamentada na semelhança social e cultural entre esses atores. Isto acontece, por exemplo, nos grupos formados com fins de relacionamento religioso, grupos de uma mesma etnia, grupos familiares, entre outros, por outro lado, a confiança também é baseada nas experiências passadas, que a pessoa constrói por meio de acumulações graduais dos conhecimentos, tanto direta quanto indiretamente (FUKUYAMA, 1995).

Nesse mesmo contexto, Mariñez (2012), por sua vez, afirma que “não se constrói confiança apenas a partir de relações interpessoais, mas também a partir de estruturas que permitem processar decepções recorrentes, cada vez mais frequentes na vida social” (MARIÑEZ, 2012, p.169). Na visão de Fukuyama (1995), essa estrutura ou base, que permite o nascimento e o desenvolvimento da confiança interpessoal em uma comunidade seria sua cultura, o seu comportamento estável e cooperativo, baseada no compartilhar, isso porque o ser humano é de natureza social com comportamento dinâmico. Para avaliar a mudança de comportamento de uma pessoa em relação à confiança, Jung (2013) afirma que, principalmente na adolescência, esta pode ser vista de acordo com o grau de interação (excesso de confiança, desconfiança e perda de

² Ser um jovem Aprendiz é aprimorar-se constantemente. São jovens e adolescentes que almejam desenvolvendo e crescimento profissional, dentro de uma área de atuação específica, valoriza a educação e, principalmente, desejam realizar sonhos. É a descoberta de oportunidades e a possibilidade de inserção no mundo do trabalho. Disponível em: <<http://www.espro.org.br/aprendiz/o-que-e-ser-um-jovem-aprendiz>>. Acesso: 26 ene. 2016.

³ “podemos evitar o reducir la angustia, la ansiedad, y generar [...] seguridad ontológica que nos habilita a hacer frente los desafios y riesgos de la sociedad” (GIDDENS, 1991).

⁴ “myreability[...] may be reinforced by my interest in having the relationship continue”. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/faculty/hardin/research/Trustworthiness.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. 2017.

confiança) e com o nível de influência da confiança (alta, média, baixa). Estas alterações causam processos psíquicos que determinam o comportamento humano, iniciado por um processo de instinto, com consequências favoráveis ou não (JUNG, 2013).

Nesse mesmo sentido, de acordo com Robbins (2000), há cinco dimensões básicas para avaliar a confiança nas relações interpessoais no comportamento das pessoas:

1. Integridade (baseia-se na honestidade e na confiabilidade);
2. Competência (engloba as habilidades e os conhecimentos técnicos e interpessoais do indivíduo);
3. Consciência (relacionada à segurança, à previsibilidade e à capacidade de julgamento que uma pessoa demonstra nas situações);
4. Lealdade (disposição de proteger e defender outra pessoa); e
5. Abertura (acreditar que a outra pessoa possui total confiança em você).

Simmel (2003) aponta que uma das características predominantes nos adolescentes é a autoconfiança. De acordo com a Unicef (2012, p. 30), “conhecer, valorizar a si mesmo e confiar na sua capacidade são estratégias fundamentais para sentir-se bem, relacionar-se de forma positiva com outras pessoas e tomar decisões de forma segura e consciente sobre as questões da sua vida”. Complementando este ponto de vista, de acordo com Guilhardi (2002, p.13), “o sentimento de autoconfiança está associado aos comportamentos bem-sucedidos”. Com uma ressalva, diferente do sentimento de autoestima, este sentimento tem seu desenvolvimento baseado em “contingências de reforçamento não sociais” (GUILHARDI, 2002, p.13). “A dimensão fundamental para desenvolver autoconfiança é que o adolescente tenha a possibilidade de emitir um comportamento e, então, produzir consequências no seu ambiente que fortaleçam tais comportamentos” (GUILHARDI, 2002, p. 13). Cabe se observar também que a confiança interpessoal pode se desenvolver em um círculo virtuoso envolvendo uma sequência de boas experiências ou bons resultados, ou desaparecer, no caso de um círculo vicioso de aprendizagem coletiva negativa (LAZARIC; LORENZ, 1998 apud DO NASCIMENTO; LABIAK Jr, 2011).

2.2 Mídias Sociais

As redes sociais não se resumem apenas a uma rede mundial baseada num computador e internet, usando determinados softwares com interfaces gráficas. Neste estudo mídias sociais são entendidas como modos de “interação social ou troca social” (RECUERO, 2009, p. 163). Wasserman e Faust, (1994) enfatizam que essas relações complexas de comunicação são definidas como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas relações (laços sociais), de forma que, no sentido de relacionamento, surgem os primeiros compartilhamentos entre os atores formando redes sociais (WASSERMAN; FAUST, 1994). Estas formas e tendências de comunicação, segundo Renó (2015, p.3), “altera-se a partir de cada desenvolvimento de uma nova tecnologia e seu aporte à sociedade”. Neste sentido, de acordo com Bittencourt (2015), a comunicação com usos tecnológicos vem acontecendo em uma sociedade midiaticizada ou virtualizada, cujas relações são cada vez mais impregnadas de um caráter midiático e tecnológico marcado pela força das apropriações nas redes.

As mídias sociais têm uma existência não só como rede mundial implicando computadores, internet e softwares específicos, mas também como uma maneira de relacionamento com o objetivo de compartilhar, assim como, mensagens, fotografias, música, fazer amizade, procurar um namoro idealizado, entres outras tantas intenções. A partir desse compartilhamento, as criações de laços sociais foram evoluindo e adaptando-se ao presente conforme as necessidades tanto individuais como coletivas, é por isso que, o mundo midiaticizado encontra-se mais globalizado e atraente para todo tipo de usuário, em especial adolescentes. Surge, desta maneira, uma nova forma de se relacionar, comunicar e interagir utilizando programas especiais, assim como *Google* (1998), *Napter*, *Blogger* (1999), a *Wikipedia* e o *IPod* (2001). Logo depois surgiram programas como *Myspace* (2003), *Orkut* (2002), *Skype* (2003), *Facebook* (2004), *LinkIn* (2004), *YouTube* (2005), *Twitter* (2006) o *Sónico* (2007), *WhatsApp* (2009), *Google Plus* (2011) entre outros (SECOM, 2016). Para NegroPonte (1995, p.170 apud GOMES; MENDEZ, 2015), “a Internet e, sobretudo, as mídias sociais são grandes difusoras de informações e meios de novas relações interpessoais, promovendo

aproximações entre usuários e seus consumidores e/ou empresas”⁵. Assim, na visão de Rodrigues (2000 apud BITTENCOURT, 2015), a midiatização é o processo contemporâneo no qual os diversos campos sociais que compõem a experiência humana cedem ao campo midiático a legitimidade de por eles se expressar.

No início do aparecimento das comunidades virtuais, iniciaram-se também os estudos sobre a formação e o comportamento de usuários, de acordo com padrões de conduta, assim como dogmas e crenças (SECOM, 2016). Boyd e Ellison (2007, p.101), por exemplo, observam que há serviços *web* de mídias sociais que permitem aos usuários “construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema conectado, até articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão e se veem movendo pelas suas listas de conexões e pelas dos outros usuários”. Nesta dinâmica, segundo Kuo e Thompson (2014), a confiança no uso das redes sociais têm um papel de consolidar um grupo de comunidade virtual, tornando maiores e mais fortes as relações entre eles.

Na realidade, as mídias sociais são consideradas, segundo Silva, Ayres e Cerqueira (2010, p.19), como “uma das novidades do crescimento exponencial dentre os meios tecnológicos atuais, caracterizadas pela intensidade, acessibilidade e disponibilidade com que os usuários a utilizam, geram uma confiança coletiva, criando grupos de interesses coletivos”, tão igual como os grupos dos adolescentes. Para se ter uma ideia de ordem de grandeza, no ano de 2015, 102,1 milhões de brasileiros tiveram acesso à Internet, o que representava algo em torno de 57% da população do país, segundo o relatório publicado pelo Instituto brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015).

Segundo Kaplan e Haenlein (2010, p.19), “as Mídias Sociais fazem parte de um grupo de aplicações para Internet construída com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU)”. Enfim, a *Web 2.0*⁶ proporcionou uma grande variedade de opções aos usuários nas buscas pela satisfação de suas necessidades tanto cognitiva como emocional.

2.3 Adolescentes

Quando se define o termo adolescência, dificilmente se chega a um consenso (Quadro 1). Outeiral (2003, p.18) menciona a dupla origem etimológica dessa palavra: do latim *ad* (a, para) e *Olescere* (crescer), que significa “o indivíduo apto ou maduro”. Esta característica no período evolutivo de todo ser humano, mistura-se um crescimento com três dimensões: físico, psicológico e mental, que normalmente acontece entre os 10 até 21 anos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2001).

Quadro - 1: Etapas de crescimento por idade.

NÍVEL	TIPO	IDADE (ANOS)
01	Criança	01 até 12
02	Pré-adolescente (puberdade ⁷)	10 até 12
03	Adolescente segundo ECA.	12 até 18
	Adolescente segundo OMS.	10 até 21
(10 aos 16 anos: despedida do mundo infantil; 16 aos 21 anos: entrada no universo adulto)		
04	Jovem	18 até 30 ou 40
05	Adulto	40 até 60 ou 70
06	Adulto maior	60 ou 65 a mais

Fonte: Adaptado do Estatuto da Criança e Adolescente (BRASIL, 2012) e Organização Mundial da Saúde (2001).

⁵ (Traducción propia) “la Internet y, sobretudo, las redes sociales son grandes difusoras de informaciones y los medios de nuevas interacciones personales, promoviendo aproximaciones entre los usuarios de esas redes y entre consumidores y empresas” (NEGROPONTE, 1995, p170, *apud* GOMES; MENDEZ, 2015).

⁶ Web 2.0: São todas as comunidades web, serviços web, aplicações web, serviços de rede social, alojamentos de site como *blogs*, *wikis*, *mashups*, entre outros.

⁷ A puberdade não tem uma idade exata para aparecer, pois depende de pessoa para pessoa. Porém, em grande parte dos adolescentes, ela aparece entre 10 e 13 anos (entre as meninas) e 12 e 14 (no caso dos meninos) (ECA, 1990).

Das muitas concepções sobre a definição da adolescência, Hall (1904 *apud* ARNETT, 2006, p.1), define-a como “tempestade e tormenta”. Neste processo de desenvolvimento, de acordo com o autor, ele ganha habilidades e adquire atitudes segundo seu entorno onde vive, formando comunidades e sendo incluído de uma maneira social. Nesse processo evolutivo, ele deve saber lidar com quatro perdas bastante significativas (ABERASTURY, 1992):

- a) A perda do corpo infantil (desenvolvimento muscular, estatura, características sexuais);
- b) A perda da fantasia de bissexualidade (afirmação de uma identidade feminina ou masculina);
- c) A perda da identidade infantil (transição para a independência adulta);
- d) A perda dos pais idealizados na infância (figura idealizada e onipotente vai dando lugar a uma figura mais real).

Para Aberastury (1992), a última perda é a maior de todas. O adolescente deixa de ver os pais como heróis e passa a perceber suas falhas e seus defeitos, “frustrando-se” ao mesmo tempo em que procura outra nova imagem em outras pessoas. Segundo Habermas (1973 *apud* SANTOS, 2005), além das questões psicológicas relacionadas às perdas, envolvidas na parte evolutiva, os adolescentes são invadidos por preocupações, tanto em relação ao corpo como com a opinião de seus pares, surgindo a procura de “identidade social”. Para Rocha e Da Silva (2010, p. 379), a identidade é definida como um “conjunto de traços que distinguem um indivíduo dos demais, assim, suas ideias, personalidades, caráter, atitudes, entre outros, que representam o sujeito frente a sociedade”. Hall (2006) defende que a “crise de identidade” que os adolescentes sofrem, origina-se pela “perda de sentido em si” chamada de deslocamento ou desconcentração do sujeito, é assim que, criam-se novas identidades que substituem as antigas formando novos sujeitos.

Com todas essas mudanças, por um lado, o adolescente sente a necessidade de fazer parte de um determinado grupo, por outro, é o grupo que exerce uma influência comportamental sobre ele. Conforme Asch (1972), os adolescentes são movidos basicamente segundo suas necessidades e desejos como um estímulo para fazer o esperado, podendo ser integralmente sociais, procurando socialização de maneira instintiva (inconscientemente), o que depois se faz de forma voluntária (conscientemente). Para entender esta influência de comportamento, Asch (1972) cita um experimento sobre a “conformidade”, afirmando que todo ser humano tem influência comportamental originada de grupos sociais, ao que chamou de “pensamento de grupo”⁸. Além dos desafios da “procura de identidade” que todo adolescente passa em seu desenvolvimento evolutivo (ERIKSON, 1976)⁹, tem-se também os desafios virtuais, como a internet e as redes sociais, que apresentam diversas possibilidades de se integrar a um determinado grupo, procurando aceitação e entendimento frente a seus semelhantes. Hoje se vive a “geração internet”¹⁰ que, segundo Tapscott (2010) e Setzer (2005), caracteriza as crianças e adolescentes de hoje, que nasceram com a internet, diferente dos adultos atuais que acabaram de conhecê-la.

2.4 Características das amostras

Com o propósito de contribuir para o enriquecimento desta pesquisa, foram utilizadas duas amostras com um tipo de seleção não probabilística, o qual justifica-se nos seguintes parágrafos:

- Pela acessibilidade à população com baixo custo e em pouco tempo, além da facilidade da aplicação dos questionários (sem burocracia e de fácil acesso).
- Pelo conhecimento da realidade pessoal dos alunos, com possibilidade de interação direta entre os pesquisadores e o aluno.
- Pelo método de seleção homogêneo, todos eles desenvolvem atividades tanto educativas nas escolas (de origem pública ou privada) como também laborais nas empresas (como

⁸ Neste experimento, foram apresentadas lâminas de comparação num determinado grupo de pessoas onde, quase 75% dos participantes dão uma resposta comum aos demais, quer dizer, que seguem o padrão da maioria deixando de lado a própria experiência (ASCH, 1972).

⁹ O desenvolvimento do ser humano. (Fase 5), Identidade versus Confusão de Papéis (dos 12 aos 18 anos), É uma crise social que acontece na procura da Identidade versus a confusão, onde o adolescente procura segurança frente a todas as transformações físicas e psicológicas (ERIKSON, 1976).

¹⁰ Geração Internet / Geração Y / Geração do Milênio (jan. de 1977 a jan. do 1997): descreve-se como a ascensão computador, da internet e de outras tecnologias digitais. Transição do HTML para o XML, para a colaboração, criação de conteúdo, comunidades virtuais. (TAPSCOTT, 2010, p.23-25).

- estagiários).
- Pela diversidade de gênero, tanto masculino quanto feminino, a maioria usuários de mídias sociais.
- Pela facilidade de aprofundar a pesquisa em diversas áreas, podendo aplicar questionários de maneira repetitiva tanto individual como em grupo.

Caracterizando os cursos ofertados pelo Senac e pela Guarda Mirim, “considerados como educativos e com perspectiva empresarial para alunos que estudam na escola e fazem estágio nas empresas cadastradas segundo convênio” (ESPRO, 2014), foram consideradas dois grupos amostrais, selecionados convenientemente e divididos em dois grupos de estudo.

O primeiro conformado pelos alunos do programa “Jovem Aprendiz” (JA) do Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Curitiba, Paraná), com uma população média de ± 500 alunos ativos em dois turnos, manhã (8:00 – 12:00) e tarde (14:00 – 18:00). O segundo, são alunos do programa da Guarda Mirim pertencente à Prefeitura Municipal de Curitiba-PR (GM), com uma população média de ± 500 alunos distribuídos em dois turnos, manhã (8:00 – 11:00) e tarde (14:00 – 17:00). Ambos os grupos, estão localizados geograficamente na cidade de Curitiba, o Senac-PR, na Rua André de Barros, nº. 750 e a Guarda Mirim na Rua Anita Garibaldi, nº. 2345 (estado do Paraná, Brasil).

Referente aos adolescentes questionados, todos eles são estudantes matriculados nestes programas, considerados como jovens aprendizes, com idade média de 15 anos, e que moram em cidades vizinhas à Curitiba, na região Metropolitana, além de frequentarem o ensino médio em colégios públicos da rede estadual.

3 Apresentação e análise dos resultados

Nesta seção são apresentados e analisados os resultados coletados. Para o qual, foram aplicados dois testes de avaliação, um deles foi o teste do Vício em Internet (20 perguntas) e outro foi o teste de confiança (12 perguntas), ambos, aplicados numa amostra de 286 adolescentes, que serviu para verificar a possível relação entre o vício, em seus diferentes níveis, e a confiança no uso de mídias sociais.

Na sequência, apresenta-se o cruzamento das variáveis analisadas, procurando-se identificar o comportamento dos respondentes, que foram classificados em quatro diferentes grupos, de acordo com o nível de vício (sem vício, vício leve, vício moderado e vício severo), no que se referem aos diferentes (12) aspectos da confiança.

3.1. Apresentação dos resultados do teste do vício

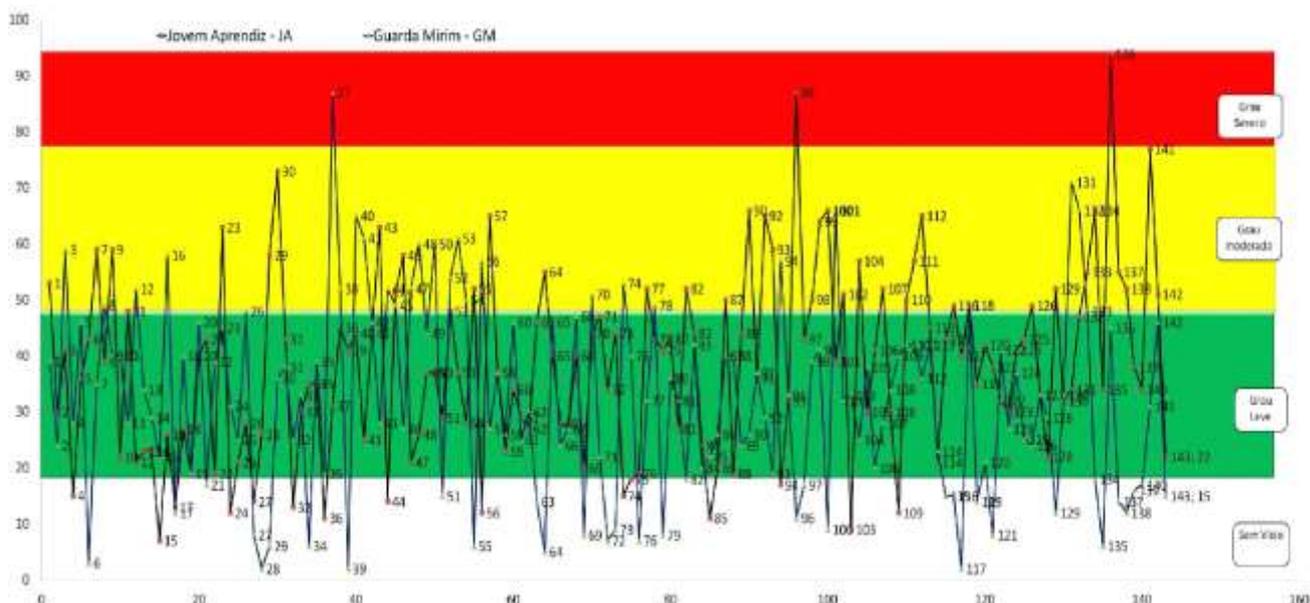
Neste item são apresentados os resultados coletados a partir das 20 primeiras questões do questionário, que correspondem ao teste de vício proposto por Young (1999). Esta etapa corresponde ao diagnóstico inicial do nível de vício dos adolescentes 286 respondentes (Gráfico 1).

Do gráfico 1, inicialmente, extrai-se o enquadramento dos respondentes de acordo com o nível de vício para cada grupo da amostra da pesquisa (JA e GM). De acordo com tabela 3, há uma diferença significativa na proporção de respondentes entre os dois grupos (JA e GM), principalmente nos níveis “sem vício” (13,29 % JA e 25,87 % GM) e “vício moderado” (23,78% JA e 13,99% GM). Pode-se inferir inicialmente, que, em média, os respondentes do grupo GM são menos “viciados” que os respondentes do grupo JA.

3.1.1 Teste do Vício

Neste item são apresentados os resultados coletados a partir das 20 primeiras questões do questionário, que correspondem ao teste de vício proposto por Young (1999). Esta etapa corresponde ao diagnóstico inicial do nível de vício dos 286 adolescentes (Gráfico 1).

Gráfico - 1 - Resultados do teste do vício nos dois grupos (JA e GM).



Fonte: Autoria própria (elaborado com o Ms. Excel v.2010)

Do gráfico 1, inicialmente, extrai-se o enquadramento dos respondentes de acordo com o nível de vício para cada grupo da amostra da pesquisa (JA e GM). De acordo com tabela 1, há uma diferença significativa na proporção de respondentes entre os dois grupos (JA e GM), principalmente nos níveis “sem vício” (13, 29 % JA e 25,87 % GM) e “vício moderado” (23,78% JA e 13,99% GM). Pode-se inferir inicialmente, que, em média, os respondentes do grupo GM são menos “viciados” que os respondentes do grupo JA.

Tabela -1: Enquadramento dos respondentes de acordo com nível de vício

Grupos	Sem Vício	Grau leve	Grau moderado	Grau severo	Total
JA	19 13,29%	88 61,54%	34 23,78%	2 1,40%	143 100%
GM	37 25,87%	85 59,44%	20 13,99%	1 0,70%	143 100%

Fonte: Autoria própria

A tabela 1 apresenta as quantidades totais (JA + GM) de respondentes enquadrados em cada nível de vício.

Tabela 2 - Percentual dos quatro níveis de Vício Internet em ambos os grupos (JA e GM).

Nível de vício	Quantidade	Percentual
Sem vício	56	19,58%
Vício leve	173	60,49%
Vício moderado	54	18,88%
Vício severo	3	1,05%
Total	286	100,00%

Fonte: Autoria própria.

De acordo aos dados mostrados na tabela 2, pode-se verificar que a maioria dos respondentes se situa no grupo de ‘vício leve’ (entre 20 e 49 pontos), com 173 casos (60,49%), o que significa que eles não têm problemas fortes com o uso da internet e das mídias sociais. Este seria um usuário médio que pode, algumas vezes, navegar um pouco demais na web, mas ele tem controle sobre isso. Por outro lado, os quase 40% restantes estão repartidos quase igualmente entre os grupos ‘sem vício’ (56 com 19,58 %) e o ‘vício moderado’ (54 com 18,88%). O primeiro é caracterizado como um

usuário ocasional que raramente navega demais na web, já para o segundo é um tipo de usuário que tem passado por problemas ocasionais ou frequentes por causa da internet, impactando sua vida. Finalmente, apenas três respondentes (1,05%) poderiam ser enquadrados no grupo de 'vício severo'. Pela baixa frequência apresentada, não foram considerados nas análises posteriores.

3.1.2 Apresentação dos resultados do teste da confiança

Apresentam-se neste item as respostas por grupo (JA e GM) em relação aos elementos da confiança investigados. Os dados foram obtidos das médias aritméticas dos dados coletados junto aos 286 adolescentes (Tabela 3 e gráfico 2). Foram calculadas as médias aritméticas de cada elemento (12 perguntas), segundo os pesos da Escala *Likert*.

Tabela 3 - Médias totais calculadas das respostas do teste confiança.

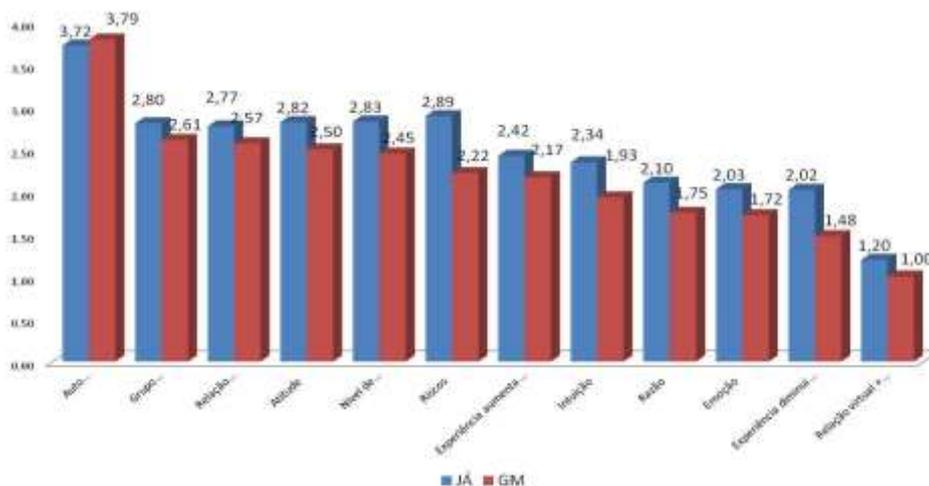
Grupo	Auto confiança	Grupo Social	Relação real + que virtual	Atitude	Nível de conhecimento das pessoas	Riscos	Experiência aumenta confiança	Intuição	Razão	Emoção	Experiência diminui a confiança	Relação virtual + que real
JA.	3,72	2,80	2,77	2,82	2,83	2,89	2,42	2,34	2,10	2,03	2,02	1,20
GM.	3,79	2,61	2,57	2,50	2,45	2,22	2,17	1,93	1,75	1,72	1,48	1,00
Soma	7,51	5,41	5,34	5,31	5,27	5,10	4,59	4,27	3,85	3,75	3,50	2,20

Fonte: Autoria própria.

De maneira explicativa, para o cálculo dos valores obtidos na tabela 3, utilizaram-se as respostas de cada usuário e calculou-se as médias aritméticas de todas as respostas (286 valores, de "r1" a "r143", para cada um dos grupos (JA e GM).

Para o cálculo das variações percentuais de cada resposta do teste confiança para ambos os grupos (JA e GM), foi utilizada a fórmula:

Gráfico - 2 - Médias totais calculadas das respostas do teste confiança.



Fo

A Tabela 3 e o Gráfico 2 apresentam as seguintes informações:

- Em ambos os grupos, a variável mais importante é a 'autoconfiança', o ato de confiar em si mesmo para tomar a decisão de confiar em outro (3,72 para JA e 3,79 para GM);
- No grupo JA, a variável 'riscos' é a segunda mais importante. Ou seja, neste grupo, a segurança na tomada de decisão (de confiar) é fortemente baseada no conhecimento dos riscos envolvidos

(2,89 para JA). Ainda neste grupo, a terceira variável mais importante é o 'Grupo social'. Isto é, a confiança para eles é consideravelmente fundamentada nos hábitos e costumes do grupo social ao qual pertence (2,80 para JA).

- c) No grupo GM, a segunda variável mais importante é o "Grupo social" (2,61), e a terceira é a "relação real" (2,57). Para este grupo a existência de um relacionamento real é muito mais importante na decisão de confiar em outra pessoa do que com alguém com a qual só exista um relacionamento virtual.
- d) Para ambos os grupo, JA e GM, a variável menos valorizada é a "relação virtual" (1,20 e 1,00 respectivamente). Isto é, para os dois grupos de adolescentes, a relação real é muito mais importante que a relação virtual (2,77 e 2,57, respectivamente).
- e) Em relação à variação percentual entre as intensidades das respostas, medidas pelas respectivas médias ponderadas, apresentadas pelos dois grupos, o grupo JA apresentou resultados 16,67% maiores GM.

3.1.3 Apresentação dos resultados cruzados entre a confiança e o vício

A apresentação dos dados cruzados, vertical e horizontalmente, serve para verificar a relação existente entre as respostas de cada elemento do teste da "confiança" para cada um dos três níveis de 'vício' considerados (Sem vício – SV; Vício leve – VL; Vício moderado – VM), isso, para os grupos Jovem Aprendiz e Guarda Mirim. Para efeitos de análise das respostas obtidas, tanto da "confiança" quanto do nível do "vício", foram consideradas as ponderações numéricas (médias aritméticas), que são apresentadas em forma cumulativa. Neste estudo, não são consideradas as respostas dos adolescentes enquadrados no "nível severo" do teste do "vício", já que representam um percentual com pouca significância. As análises iniciais e finais dos resultados são apresentadas nas Tabelas 1 a 6.

3.1.3.1. Resultados entre a confiança e o vício por grupo de amostra.

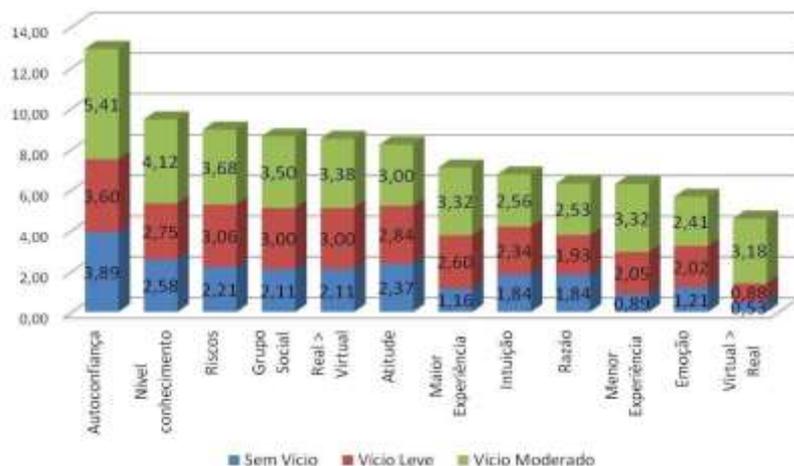
Nesta seção são analisadas as tabelas cruzadas entre a confiança (12 elementos) e o vício (3 níveis de vício), considerando ambos os grupos (JA e GM). Para isso, foram analisadas as médias aritméticas obtidas. A tabela 4 apresenta os dados do grupo "Jovem Aprendiz", ordenados de maneira decrescente, junto com as médias cruzadas entre elas. Na sequência, a tabela 5 apresenta o grupo "Guarda Mirim" com as mesmas características. Finalmente na tabela 6 junta-se ambos grupos (JA e GM), verificando-se as médias obtidas a partir das respostas dos questionários.

Tabela - 4: Tabela dos elementos da confiança x nível de vício do grupo JA.

Elementos da confiança	Sem Vício	Vício Leve	Vício Moderado	TOTAL
	JA	JA	JA	
Autoconfiança	3,89	3,60	5,41	12,91
Nível conhecimento	2,58	2,75	4,12	9,45
Riscos	2,21	3,06	3,68	8,94
Grupo Social	2,11	3,00	3,50	8,61
Real >Virtual	2,11	3,00	3,38	8,49
Atitude	2,37	2,84	3,00	8,21
Maior Experiência	1,16	2,60	3,32	7,08
Intuição	1,84	2,34	2,56	6,74
Razão	1,84	1,93	2,53	6,30
Menor Experiência	0,89	2,05	3,32	6,26
Emoção	1,21	2,02	2,41	5,65
Virtual > Real	0,53	0,88	3,18	4,58
Soma total	22,74	30,07	40,41	

Fonte: Autoria própria.

Gráfico - 3: Gráfico dos elementos da confiança x nível de vício do grupo JA.



Fonte: Autoria própria.

Tanto na tabela 4 e o Gráfico 3 , com dados do grupo JA, verifica-se que:

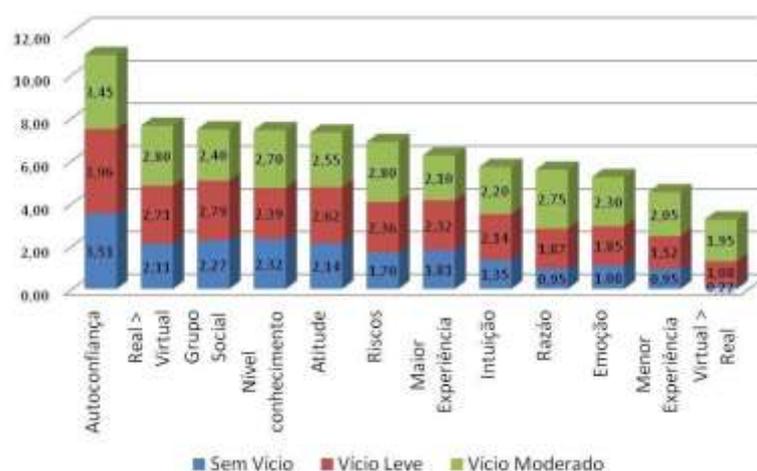
- O elemento com mais destaque, pontuado em soma das médias, é a ‘autoconfiança’, com valor total de 12,91;
- Verifica-se também neste grupo (JA), a variação percentual dos totais entre os níveis de vício “sem vício” e “vício leve” é de 24,38% e entre “vício leve” e “vício moderado” é de 25,60%;
- Com exceção do elemento “autoconfiança”, onde há certa estabilidade nos valores (com tendência negativa) entre os dados do nível “sem vício” e “vício leve”, em todos os demais casos, há uma relação direta entre crescimento do “nível de vício” e intensidade de importância (consideração) dos elementos da confiança na tomada de decisão.

Tabela - 5 - Tabela dos elementos da confiança x nível de vício do grupo GM.

Elementos da confiança	Sem Vício	Vício Leve	Vício Moderado	TOTAL
	GM	GM	GM	
Autoconfiança	3,51	3,96	3,45	10,93
Real >Virtual	2,11	2,71	2,80	7,62
Grupo Social	2,27	2,79	2,40	7,46
Nível conhecimento	2,32	2,39	2,70	7,42
Atitude	2,14	2,62	2,55	7,30
Riscos	1,70	2,36	2,80	6,86
Maior Experiência	1,81	2,32	2,10	6,23
Intuição	1,35	2,14	2,20	5,69
Razão	0,95	1,87	2,75	5,56
Emoção	1,08	1,85	2,30	5,23
Menor Experiência	0,95	1,52	2,05	4,52
Virtual > Real	0,22	1,08	1,95	3,25
Somas parciais	20,41	27,62	30,05	

Fonte: Autoria própria.

Gráfico - 4 - Elementos da confiança x nível de vício do grupo GM.



Fonte: Autoria própria.

Da tabela 5 e do gráfico 4, despreendem-se as seguintes afirmações:

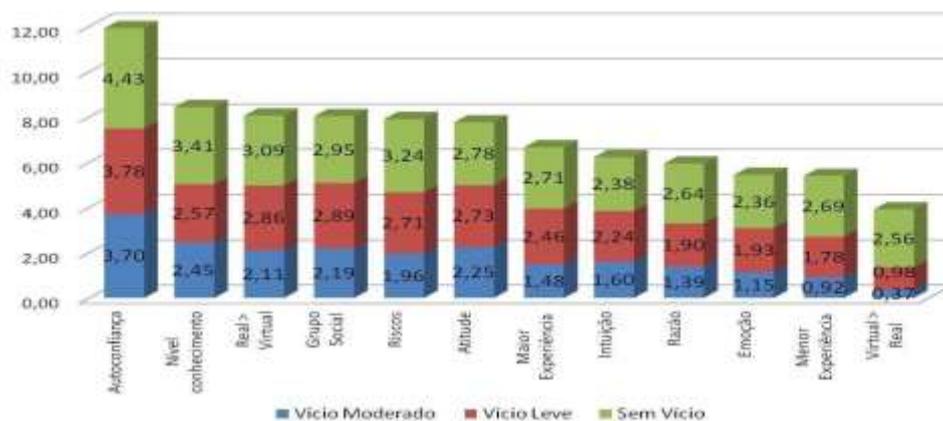
- O elemento 'autoconfiança' é o elemento mais considerado, ou seja, o mais importante, na tomada de decisão de confiar (ou não), com uma soma das médias igual a 10,93;
- O elemento com menor pontuação, portanto, menos verdadeiro na visão dos respondentes, é a da relação virtual ser mais importante que a real, com soma de 3,25;
- Para as somas parciais dos níveis de vício tem-se um acréscimo de 26,12% entre os níveis "sem vício" e "vício leve" e de 8,09 % entre os níveis "vício leve" e "vício moderado";
- No caso deste grupo, não há uma relação direta entre o aumento do nível de vício e a importância (consideração) dos elementos da confiança na tomada de decisão em todos os casos, como observado no grupo JA. No grupo GM, os elementos "Autoconfiança", "Grupo social", "Atitude" e "Maior experiência" não apresentam esta relação direta.

Tabela - 6 - Tabela dos elementos da confiança x nível de vício dos grupos JA e GM.

	Elementos da confiança	Sem Vício		Média Aritmética	Vício Leve		Média Aritmética	Vício Moderado		Média Aritmética	TOTAL
		JA	GM		JA	GM		JA	GM		
1	Autoconfiança	3,89	3,51	3,70	3,60	3,96	3,78	5,41	3,45	4,43	11,92
2	Nível conhecimento	2,58	2,32	2,45	2,75	2,39	2,57	4,12	2,70	3,41	8,43
3	Real > Virtual	2,11	2,11	2,11	3,00	2,71	2,86	3,38	2,80	3,09	8,06
4	Grupo Social	2,11	2,27	2,19	3,00	2,79	2,89	3,50	2,40	2,95	8,03
5	Riscos	2,21	1,70	1,96	3,06	2,36	2,71	3,68	2,80	3,24	7,90
6	Atitude	2,37	2,14	2,25	2,84	2,62	2,73	3,00	2,55	2,78	7,76
7	Maior Experiência	1,16	1,81	1,48	2,60	2,32	2,46	3,32	2,10	2,71	6,66
8	Intuição	1,84	1,35	1,60	2,34	2,14	2,24	2,56	2,20	2,38	6,22
9	Razão	1,84	0,95	1,39	1,93	1,87	1,90	2,53	2,75	2,64	5,93
10	Emoção	1,21	1,08	1,15	2,02	1,85	1,93	2,41	2,30	2,36	5,44
11	Menor Experiência	0,89	0,95	0,92	2,05	1,52	1,78	3,32	2,05	2,69	5,39
12	Virtual > Real	0,53	0,22	0,37	0,88	1,08	0,98	3,18	1,95	2,56	3,91
	Soma total			21,57			28,84			35,23	85,65

Fonte: Autoria própria.

Gráfico - 6 - Elementos da confiança x nível de vício dos grupos JA e GM.



Fonte: Autoria própria.

Verificando-se a tabela 6 e o gráfico 5, com dados integrados dos dois grupos da amostra da pesquisa (JA + GM), extraem-se as seguintes informações:

- a) Hierarquizando os elementos da confiança, tem-se o seguinte resultado:
- 1 – Autoconfiança (confiar em si próprio para confiar nos outros);
 - 2 – Conhecimento (confiar mais em quem conhece mais);
 - 3 – Relacionamento real (confiar mais em relacionamento real que virtual);
 - 4 – Grupo social (confiar baseado nos costumes, hábitos sociais do seu grupo);
 - 5 – Riscos (confiar quando se conhece os riscos envolvidos);
 - 6 – Atitude (confiar como suporte de atitude);
 - 7 – Maior experiência (confiar mais com maior experiência de vida);
 - 8 – Intuição (confiar baseado em crença, fé);
 - 9 – Razão (confiar baseado na razão);
 - 10 – Emoção (confiar baseado na emoção);
 - 11 – Menor experiência (confiar mais com menor experiência de vida);
 - 12 – Relações virtuais (confiar mais em relacionamento virtual que real).

- b) Para as somas parciais dos níveis de vício (JA + GM), observa-se um acréscimo de 25,21 % entre os níveis “sem vício” e “vício leve” e de 18,13 % entre os níveis “vício leve” e “vício moderado”.

3.1.3.2. Resultados totais por grupos de nível de vício e por grupo da amostra da pesquisa (JA e GM)

Na seguinte tabela 7 apresentam-se, de maneira resumida, as médias totais dos grupos JA e GM, para cada nível de vício. O vício severo não é considerado em função de baixa significância desta faixa de vício entre os respondentes (apenas 3 casos).

Tabela - 7: Tabela de ponderações nível de vício por grupos de amostras.

Amostras	Jovem Aprendiz	Guarda Mirim
Sem vício	1,89	1,70
Grau leve	2,51	2,30
Grau moderado	2,77	2,50
Média	2,39	2,17

Fonte: Autoria própria.

Nesta última tabela sinaliza, principalmente, a diferença de intensidade das respostas entre os dois grupos (uma variação média de 10,17%) em favor do grupo JA. Eles apontam uma relação direta entre o nível de vício e a intensidade das respostas dadas quanto aos elementos da confiança. Pode-se inferir que quanto mais “viciado” for o adolescente, mas ele considera o conjunto

de elementos da confiança na tomada de decisão. Pensando de forma contrária, quanto menos “viciado” for o adolescente menor importância ele dá aos elementos que, em princípio, os levam a confiar.

Quadro 2 - Somas ponderadas segundo nível de vício.

Amostras	JA + GM
Sem vício	3,60
Grau leve	4,81
Grau moderado	5,27
Média	4,56

Fonte: Autoria própria.

O Quadro 2 mostra ainda que há uma tendência de diminuição das diferenças entre os resultados da confiança nos 3 níveis de vício. Ou seja, há uma variação maior entre os níveis “sem vício” e “vício leve” (25,21%) do que entre os níveis “vício leve” e “vício moderado” (8,50%).

4 ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS

Em termos de análise dos resultados, um primeiro dado do levantamento é a diferença de enquadramento, no teste de vício, entre os dois grupos da amostra da pesquisa. Uma possível explicação para o fenômeno poderia ser justamente a diferença entre as condições socioeconômicas existentes entre ambos grupos. O Programa Guarda Mirim (GM), conforme apresentado no Quadro 2, destina-se a adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, decorrente da pobreza, privação ou ausência de renda, com acesso precário ou nulo aos serviços públicos. Já o Programa Jovem Aprendiz (JA) atende jovens em situação de vulnerabilidade social, não necessariamente pobres ou sem renda. Portanto, a diferença entre os dois grupos seria mais uma questão de falta de recursos ou acesso às ferramentas tecnológicas digitais, as mídias sociais. Quanto mais recursos os adolescentes possuem maior a probabilidade, a incidência e a intensidade de casos de vícios nas mídias sociais. De certa forma este resultado corrobora Woolgar (2005) quando afirma que a aceitação e utilização das novas tecnologias dependem de forma crucial do contexto social, local e global. Ou ainda quando reforça que as novas tecnologias digitais estão distribuídas de maneira desigual no mundo virtual (WOOLGAR, 2005).

O dado de que 79,37% dos respondentes podem ser classificados como portadores de vício leve ou moderado, confirma os pensamentos de Carr (2011) e Setzer (2005) no que se refere à busca, pelos adolescentes, de um sentido de integração e relacionamento por meio das mídias sociais. Nas mídias, de acordo com os autores, os adolescentes buscam emoções agradáveis, interação com pessoas fora do seu círculo familiar, de amizade e de trabalho, para relacionamentos das mais diferentes naturezas (amizade, amor, erotismo, integração, reconhecimento...) (CARR, 2011; SETZER, 2005)¹¹. Por outro lado, se forem somados os números dos adolescentes “sem vício” e “vício leve”, na perspectiva de usuários ainda com controle do processo, tem-se 80,07% dos respondentes neste enquadramento. Ou seja, aproximadamente 20% destes adolescentes, estariam passando por problemas por causa da internet, e, portanto, precisam avaliar com cuidado o impacto disto em suas vidas e para que o uso da internet não se torne abusivo, perdendo o controle sobre este “vício” (YOUNG, 2011).

Em relação à análise dos resultados que apontam a hierarquia entre os elementos da confiança, na sequência, serão tratados os seis mais valorizados pelos respondentes. O primeiro diz respeito à importância da autoconfiança. Como trazido por Unicef (2012), a autoconfiança se materializa, em parte, na tomada de decisões de forma segura e consciente sobre as questões da vida da pessoa. Guilhardi (2002) complementa ressaltando que o seu desenvolvimento acontece quando é dado à pessoa a possibilidade de emitir um comportamento e, a partir dele, impactar favoravelmente o ambiente e, fechando o ciclo, fortalecendo este comportamento.

¹¹ Vê-se também, de maneira complementar um resumo da entrevista no programa de RODAVIVA (2013) no Apêndice B. (SETZER, 2008).

Segundo os dados obtidos, não é possível afirmar que há uma relação entre autoconfiança e nível de vício. Isto confirma Tapscot (2010) quando ele aponta que a autoconfiança é uma característica geral dos adolescentes “geração internet”, na “procura da sua identidade” (ERIKSON, 1976). O que a pesquisa mostra são variações entre grupos com características diferentes. No caso desta pesquisa, em média, a autoconfiança do grupo JA é 18 % maior que no grupo GM. Isto vai ao encontro do que afirma Jung (2013). Para a autora, os adolescentes são influenciados por culturas, costumes, religiões que impacta a construção normal da sua autoimagem e autoestima, forma-se nele uma atitude que impactará sua forma de pensar e agir frente a sua comunidade (JUNG; 2013).

Quanto à análise do segundo elemento mais importante ressaltado pelos respondentes, o nível do conhecimento do outro, esta escolha poderia ser explicada a partir de Robbins (2000). O autor sugere cinco dimensões básicas para avaliar a confiança no comportamento das pessoas. Uma delas é justamente a competência, entendida como algo englobando habilidades, conhecimentos técnicos e interpessoais do indivíduo.

No que se refere à importância da relação real frente à virtual, pode-se inferir que, conforme Plascencia e López (2013), a comunidade virtual não é nada mais do que a ampliação da comunidade real. Os modos de funcionamento, os mecanismos de controle da comunidade virtual repetem o que se passa na vida real. Na vida real, a pessoa tem conhecidos, com quem mantém laços fracos, e amigos e familiares com quem mantém laços fortes. O adolescente, no caso, na rede social real, compartilhar intimidades, preocupações, projetos, etc. com os amigos próximos e familiares e, mais dificilmente, com apenas conhecidos. Nas redes sociais virtuais, a pessoa tem “amigos”, que são todos aqueles aceitos para participar de um determinado grupo. Fazendo um paralelo entre as duas naturezas de redes (virtual e real), procurando entender as respostas dos adolescentes dados nesta pesquisa, pode-se inferir que, de forma refletida, os adolescentes não compartilham temas de foro íntimo com todos os “amigos” virtuais, uma vez que valorizam mais as relações reais.

O quarto elemento da confiança mais valorizado pelos adolescentes, nesta pesquisa, foi o grupo social. De certa forma este fato corrobora Fukuyama (1995) quando afirma que a confiança relaciona-se às expectativas criadas entre as pessoas de um mesmo grupo social. Ainda segundo o autor, a confiança seria fundamentada na semelhança social e cultural entre esses autores (FUKUYAMA, 1995). Da mesma forma confirma Giddens (1991), uma vez que o autor propõe que existem aspectos da confiança que dependem dos costumes culturais vivenciados.

Quanto à valorização do conhecimento do risco como um aspecto importante para a decisão de confiar (quinto elemento mais importante na avaliação dos respondentes), este fato pode estar apoiado tanto em aspectos ligados a racionalidade quanto ao comportamento do senso de controle. Em relação à racionalidade, Elster (1995) defende que a capacidade de buscar soluções ótimas, com confiança, pode ser vista como uma espécie da racionalidade, chamada de “racionalidade imperfeita”. Já no que diz respeito ao senso de controle, esta percepção de controle da direção para os resultados desejados, confirma Da Silva e Yu (2009), quando observam que isto é uma das características de indivíduos mais jovens.

No caso do valor atribuído à relação entre atitude e confiança, sexto elemento mais importante, pode-se pensar que a confiança pode promover um comportamento estável e cooperativo (FUKUYAMA, 1995), que fundamentaria a atitude do compartilhar, segundo a cultura da sua comunidade, e na predisposição (maior ou menor) para confiar (HARDIN, 1996).

De modo geral, agrupando os dados dos dois grupos de amostras (JA e GM), constata-se uma relação direta entre nível de vício e intensidade da confiança. Esta intensidade se reflete no aumento da consideração dos elementos da confiança (valores ponderados maiores) conforme aumenta o nível de “vício” dos respondentes da pesquisa (enquadrados como “sem vício”, “vício leve” e “vício moderado”). Dentro da visão de Jung (2013), o comportamento destes adolescentes, pela apresentação deste resultado, é influenciado por um nível de confiança médio ou alto (a opção baixa não se encaixaria nesta dinâmica de evolução positiva da confiança). Esta relação direta entre nível de vício e intensidade de confiança, ainda de acordo com Jung (2013), mostra que as mudanças comportamentais nesses adolescentes estão ocorrendo de maneira considerada “correta”. Ou seja, elas estão ocorrendo por meio de experiências com interação confiante, socialmente valorizadas e influenciadas pelo seu entorno (JUNG, 2013).

A tabela 5 (dos elementos da confiança vs nível de vício dos grupos JA e GM) mostra a somatória total das médias aritméticas considerados em ambos grupos e níveis de vício (SV=21,57; VL=28,84 e VM=35,23). Percebe-se um crescimento de 33,70% entre o total das médias de VL e SV

e de 22,16% entre VM e VL. Há um aumento gradual da relevância dos elementos da confiança na tomada de decisão dos adolescentes. Porém percebe-se um aumento maior da importância dada pelos adolescentes para elementos da confiança considerados, no geral, como menos importantes. Tomando como exemplo o elemento de confiança Relação Virtual > Relação Real, considerado o menos importante, há uma significativa relação direta entre nível de vício e importância da relação virtual (164,86% e 161,22%, respectivamente). Já estes aumentos no elemento mais importante (Autoconfiança) são muito menos expressivos (7,69% e 17,19%). De certa forma, isto poderia corroborar Gabriel (2014) e Damásio (2010). Gabriel (2014) afirma que um conjunto de ferramentas tecnológicas não torna as pessoas mais inteligentes, pelo contrário, os deixa com menor nível de concentração e atenção. Já Damásio (2010), nesse mesmo contexto, defende que as tecnologias provocaram mudanças nos cérebros humanos que os fazem pensar mais dinamicamente, sendo capazes de fazer várias coisas ao mesmo tempo, porém, perdendo o potencial de atenção. Esta pesquisa traz resultados que mostram efetivamente que o “viciado” não perde a noção da realidade (considerando diferentes aspectos na tomada de decisão), porém pode estar tomando essas decisões de maneira menos cuidadosa, menos atenta, motivado justamente pelo menor nível de concentração.

Considerações Finais

Neste item serão retomados os objetivos propostos para a solução do problema da pesquisa. Inicialmente, no que diz respeito ao primeiro objetivo específico, de “Mapear indicadores que caracterizam o vício no uso de mídias sociais”, foi identificado na literatura o Teste de Vício desenvolvido pela pesquisadora Kimberly Young, um questionário de 20 itens que mede os graus leve, moderado e severo do vício em internet. Este questionário foi utilizado na pesquisa junto aos 286 adolescentes. No caso desta pesquisa, foi acrescentado o nível “sem vício”, classificando os respondentes que ficaram abaixo da pontuação do grau leve, definido por Young.

Já em relação ao segundo objetivo específico, o “Mapear as principais variáveis que caracterizam a confiança”, a partir da literatura foram identificados e escolhidos 10 elementos: intuição, razão, emoção, atitude, riscos, experiência, autoconfiança, nível de conhecimento do outro, natureza da relação (real ou virtual) e grupo social. Eles foram objetos de 12 das perguntas do questionário aplicado no levantamento.

Quanto ao terceiro objetivo específico, “verificar a relação entre vício e confiança junto a adolescentes usuários de mídias sociais”, o levantamento foi feito junto a 286 adolescentes que trouxe, inicialmente, informações sobre o nível de vício dos respondentes (três níveis) e a importância dos 10 elementos da confiança, percebida pelos três grupos.

O cumprimento dos três objetivos específicos, por sua vez, possibilitou o atingimento do objetivo geral da pesquisa, que era o de analisar a influência do vício, relacionado ao uso de mídias sociais, nos limites da confiança, conforme mostram as tabelas e gráficos apresentados na seção de apresentação de resultados, o estudo aponta que há uma relação direta entre aumento do uso da internet, medido pelo nível de “vício”, e a intensidade, ou limites, da confiança. Os dados mostram que quanto mais “viciado” é o adolescente mais intensamente ele considera as variáveis, ou elementos da confiança, nas suas decisões. Quando se vê e se ouve sobre casos, por exemplo, de excesso de exposição de intimidades nas redes sociais, pode-se supor, a partir dos resultados encontrados neste estudo, que isto tende a ser menos frequente entre os “mais viciados” do que entre os “menos viciados”. Em princípio, o primeiro grupo reflete mais sobre seus atos na rede, tem maior experiência no uso das ferramentas digitais e maior discernimento sobre a consequência de seu ato na rede, agindo de forma mais segura, com um maior senso de controle da situação no uso cotidiano das mídias sociais, dentro de suas comunidades virtuais. O segundo grupo tende a agir por impulso uma vez que não considera adequadamente, segundo a pesquisa, as variáveis da confiança na tomada de decisão. Por isto também, pode-se pensar que o segundo grupo seria mais vulnerável aos ataques dos criminosos cibernéticos (golpes, molestadores, entre outros).

Os resultados comprovam parcialmente a premissa da pesquisa. Realmente, há uma relação direta entre a intensidade do vício no uso de mídias sociais e a extensão dos limites da confiança (primeira parte da premissa). Porém, a segunda parte não é confirmada, uma vez que os atores (no caso adolescentes) com maior nível do vício não confiam mais nos “amigos virtuais” do que nos amigos reais, compartilhando informações, posicionamentos e intimidades. A pesquisa mostrou que relações com amigos unicamente virtuais são muito menos valorizadas que as relações

mantidas nas redes sociais reais. Inferiu-se também que, aparentemente, não são necessariamente os “mais viciados” que compartilham intimidades na rede social virtual, uma vez que levam intensamente em conta os diferentes elementos da confiança.

REFERENCIAS

ABERASTURY, A. & KNOBEL, M. Adolescência normal. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

ASCH, Solomon Elliott. Psicologia Social. Tradução: Dante Moreira Leite e Miriam Moreira Leite. 4ª Ed. São Paulo: Editora Nacional, 1972.

CARR, Nicholas. A geração superficial: o que a internet está fazendo com nossos cérebros. New York: W.W. Norton, 2011.

BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. Mídia e circulação nos movimentos sociais em rede: o impacto das tentativas comunicacionais nas relações entre mídia e sociedade. Revista Comunicação e Sociedade. C&S – São Bernardo do Campo, v. 37, n. 3, p. 321-342, set./dez. 2015.
Disponível em: <>. Acesso em: 27 mar 2017.

BRASIL. Estatuto da criança e do adolescente, 1990. Lei no 8.069, 13 de Julho de 1990. 9ª Edição. 2012.
Disponível em:
<http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/camara/estatuto_crianca_adolescente_9ed.pdf>.
Acesso em: 07 jul. 2017.

BOYD, Danah; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), article 11, 2007.
Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

DO NASCIMENTO, Décio Estevão; LABIAK JR. Silvestre, 2011. Ambientes e dinâmicas de cooperação para Inovação. Curitiba: Aymar, Brasil, 2011.

ERIKSON, Eric H. Infância e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

ESPRO. Ensino Social Profissionalizante. Educa, Transforma, Inclui. São Paulo.
Disponível em <<http://www.espro.org.br/legislacao/lei-do-aprendiz>>. Acesso em 20 ago. 2017.

FUKUYAMA, Francis. Trust: the social virtues and the creation of property, New York. The Free Press. 1995.

GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. Trad. Raul Fiker. 1º ed. São Paulo: UNESP, 1991.

GUILHARDI, Hélio J. Autoestima, autoconfiança e responsabilidade. In: DA SILVA BRANDÃO, Maria Zilah; DE SOUZA CONTE, Fatima Cristina; MEZZARROBA, Solange M. B. (Org.) Comportamento Humano: Tudo (ou quase tudo) que você precisa saber para viver melhor. Santo André, SP: ESETec Editores Associados, 2002.

HALL, Stuart. A identidade Cultural na Pós Modernidade. DP&A Editora, 1ª edição em 1992, Rio de Janeiro, 11ª edição em 2006, 102 páginas, tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro). 2006.

HARDIN, Russell. Trustworthiness, Ethics, Issue 1. Vol. 107, Nº 1, Oct. 2006.
Disponível em: <<http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/faculty/hardin/research/Trustworthiness.pdf>>.
Acesso em: 12 jan. 2017.

HAMBURGER, Yair Amichai; VINITZKY, Gideon. Social network use and personality. Science Direct. Computers in Human Behavior. 2010.

Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210000580>>.
Acesso em: 27 jun. 2017.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de pesquisas, Coordenação de trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por amostra de domicílios 2004/2015.
Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/brasil/apesar-de-expansao-acesso-a-internet-no-brasil-ainda-e-baixo/> > Acesso em: 01 abr. 2017

JUNG, Carl Gustav. A natureza da Psique. Compêndio: A dinâmica do inconsciente, parte 8/2. Tradução: Mateus Ramalho Rocha. 10. Ed. Petrópolis, Vozes, Brasil, 2013.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, v. 53, ed. 1, p. 59-68, jan-fev/2010.
Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0007681309001232>>.
Acesso em: 10 mai. 2017.

KUO, Eric Weilin; THOMPSON, Lori Foster. Artigo: The influence of disposition and social ties on trust in new virtual teammates. Science Direct, Computers in Human Behavior. 2014. Volume 37. p. 41 – 48. August, 2014.
Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214002398>>.
Acesso em: 22 jan. 2017.

MARIÑEZ Sánchez, Cesar David. La confianza: aproximaciones teóricas y propuestas. Revista de Ciencias Sociales. Universidad de Chile. Santiago de Chile. Chile. Volume 2, No 01. P 168 – 199. Jan/jun. 2012.
Disponível em: <
<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fcasavel.ufsm.br%2Frevistas%2Fojs-2.2.2%2Findex.php%2Fseculoxxi%2Farticle%2Fdownload%2F6388%2F4036&ei=uq3bVOGqINfGsQSaqoKoCA&usg=AFQjCNF0umMIAWhBdskeqtYuL3nuVtOxhQ&bvm=bv.85761416,d.aWw>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

MAYER, R. C., Davis, J. H. & SCHOORMAN, F. D. An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20, 709-734, 1995.

NEGROPONTE, N. "A vida digital". São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. Relatório sobre a saúde no mundo. Saúde Mental: Nova Concepção, Nova Esperança. 2001.
Disponível em < <http://www.abebe.org.br/wp-content/uploads/oms2001.pdf>>. Acesso em 07 fev. 2017.

OUTEIRAL, José Ottoni. Adolescer. Estudos revisados sobre adolescência. Primeira Ed.. Rio de Janeiro. Editora Artes Médicas. 102 p. Porto Alegre. Brasil, 2003.

PLASCENCIA, David R.; LÓPEZ, José A. A. Comunidades virtuales, nuevos ambientes mismas inquietudes: el caso de Taringa! Polis, Revista Latinoamericana, Volume 12, nº 34, 2013, p. 519-540, Santiago. Disponível em: <<http://www.scielo.cl/pdf/polis/v12n34/art25.pdf>> Acesso em: 05 abr. 2017.

PPGTE, Programa de Pós-Graduação em Tecnologia. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2014.
Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura_universitaria/diretorias/dirppg/programas/ppgte/conheca-ppgte/apresentacao>. Acesso em: 06 fev. 2017.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Editora Sulina. Editorial Meridional. Porto Alegre: Sulina. Coleção Cibercultura. 190p. 2009.

RECUERO, R. Comunidades em redes sociais na internet: um estudo de caso dos fotologs brasileiros. Liinc em revista, v. 4, n. 1, p. 63-83, 2008.

Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/4934>>. Acesso em: 16 Out. 2017.

RENÓ, Denis Porto. Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo. Revistas Comunicação e Sociedade C&S – São Bernardo do Campo, v. 37, n. 3, p. 257-274, set./dez. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v37n3p257-274>.

REVISTA ESPACIOS. 2017. ISSN 0798 1015. Revista Espacios digital.

Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a17v38n24/17382406.html>>

Acesso em: 06 jun 2017.

ROBBINS, Stephen Paul. Comportamento Organizacional. Ed. Pentice Hall, São Paulo, Brasil. 2002.

ROCHA, Ruth; DA SILVA PIRES, Hindenburg. Dicionário da Língua Portuguesa. 13ª Ed. Editora Afiliada, p.832, 2010.

SANTOS, Jose Manuel. O pensamento de Niklas Luhmann. Universidade da Beira Interior. Ed. LusoFia, Press. 2005.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. SECOM. Pesquisa Brasileira de Mídia. 2016, Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira

Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/>> Acesso em: 01 mai. 2017.

SETZER, Valdemar W. Meios eletrônicos e Educação: Uma visão alternativa. 3ª Ed. São Paulo: Escrituras Editora. 2005.

Disponível em: <<http://www.ime.usp.br/~vwsetzer/>>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SIMMEL, Georg. Dankbarkeit. Einsoziologischer Versuch. Schriftenzur Soziologie, Frankfurt am Main, Suhrkamp.1983.

SILVA, Tarcízio; AYRES, Marcel; CERQUEIRA, Renata. Mídias sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões.PaperCliQ. Publicação 2010.

Disponível em:<<http://es.slideshare.net/papercliq/ebook-midias-sociais-perspectivas-tendencias-reflexoes>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

TAPSCOTT, Don: A hora da geração digital: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução: Marcello Lino, São Paulo. Brasil. p. 27. 2010.

WASSERMAN, Stanley. FAUST, Katherine. Social Network Analysis: methods and applications. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WOOLGAR, Steven. Sociedade Virtual: Tecnologia Ciberbole, realidade. São Paulo, 2005.

UNICEF. Competências para a vida: trilhando caminhos de cidadania. Brasília :Unicef, 2012.

Disponível em: < http://www.unicef.org/brazil/pt/br_competencias_para_a_vida.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2017.

YOUNG, Kimberly S., A new clinical Phenomenon and Its consequences. EEUU. 2004.

YOUNG, Kimberly S. Internet addiction: symptoms, evaluation and tratament. In: L. Vande Creek; T. Jackson (Eds.) Innovations in Clinical Practice: A source book. Sarasota, FL: Professional Resource Press. 1999.

APÊNDICE A: Teste Integrado do Vício na Internet e os limites da Confiança.

(Questionário integrado, que foi aplicado aos 286 respondentes de ambos os grupos (JA e GM))

TESTE INTEGRADO DE VÍCIO NA INTERNET E A CONFIANÇA

Para avaliar seu grau de confiança, responda às perguntas a seguir usando a escala abaixo.

(0 = Não se aplica, 1 = Raramente, 2 = Às vezes, 3 = Frequentemente, 4 = Geralmente, 5 = Sempre)

1. Com que frequência você acha que passa mais tempo na internet do que pretendia?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

2. Com que frequência você deixa para depois as tarefas para passar mais tempo online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

3. Com que frequência você prefere a emoção da internet do que sair com um amigo ou amiga?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

4. Com que frequência você constrói novos amigos usando a internet?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

5. Com que frequência outras pessoas em sua vida se queixam como você sobre a quantidade de tempo que você passa online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

6. Com que frequência suas notas ou tarefas da escola são afetadas pelo tempo que você passa online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes

- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

7. Com que frequência você checa suas mensagens na internet antes de qualquer outra coisa que você precise fazer?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

8. Com que frequência seu desempenho na escola é prejudicado por causa da internet?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

9. Com que frequência você fica na defensiva ou guarda segredo quando alguém lhe pergunta o que você faz online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

10. Com que frequência você bloqueia pensamentos perturbadores sobre sua vida com pensamentos leves de internet?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

11. Com que frequência você se pega pensando em quando você vai se conectar novamente à internet?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

12. Com que frequência você se flagra pensando como a vida sem internet seria chata, vazia e sem graça?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

13. Com que frequência você explode, grita ou se mostra irritado (a) se alguém lhe incomoda enquanto você está online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

14. Com que frequência você dorme pouco por ficar logado durante a madrugada?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

15. Com que frequência você se sente preocupado (a) com a internet quando está off-line?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

16. Com que frequência você se pega dizendo "só mais alguns minutos" quando está online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

17. Com que frequência você tenta diminuir a quantidade de tempo que fica online e não consegue?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

18. Com que frequência você tenta esconder quanto tempo você está online?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre

- Frequentemente
- Não se aplica

19. Com que frequência você opta por passar mais tempo online em vez de sair com outras pessoas?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

20. Com que frequência você se sente deprimido(a), mal-humorado(a) ou nervoso(a) quando está off-line e esse sentimento vai embora assim que você volta a se conectar à internet?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica.

21. Com que frequência você utiliza a intuição (crença, fé, etc.) para confiar em uma pessoa?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

22. Com que frequência você utiliza a razão (indicação de amigos, documentos, história, reputação, etc.) para confiar em uma pessoa?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

23. Com que frequência você utiliza a emoção para confiar em uma pessoa?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

24. Com que frequência a sua atitude é influenciada pela confiança?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

25. Com que frequência você se sente mais seguro quando toma decisão conhecendo os riscos envolvidos?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

26. Com que frequência a experiência de vida aumenta a confiança nas relações interpessoais?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

27. Com que frequência a experiência de vida diminui a confiança nas relações interpessoais?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

28. Com que frequência você confia em si mesmo?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

29. Com que frequência você confia mais em pessoas com maior nível de conhecimento?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

30. Com que frequência você confia mais em um relacionamento virtual que em um real (compartilhando informações, intimidades, segredos)?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

31. Com que frequência você confia mais em um relacionamento real que virtual (compartilhando informações, intimidades, segredos)?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes

- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

32. Com que frequência você confia baseado nos costumes, hábitos, do seu grupo social (família, amigos reais)?

- Raramente
- Geralmente
- Às vezes
- Sempre
- Frequentemente
- Não se aplica

Intervalo dos resultados:

0-19 pontos– Sem Vício: Usuário ocasional no uso da internet. Pode ser que não se aplica ou raramente navegue um pouco demais na web, mas ele tem controle sobre isso.

20-49 pontos– Vício leve: Usuário médio da internet. Pode ser que às vezes navegue um pouco demais na web, mas ele tem controle sobre isso.

50-79 pontos– Vício moderado: O usuário tem passado por problemas ocasionais ou frequentes por causa da internet. Deve avaliar com cuidado o impacto disso em sua vida.

80-100 pontos– Vício severo: O uso abusivo da internet está provocando problemas significativos em sua rotina. Ele deve encarar os problemas causados pelo uso que faz da internet e procurar ajuda especializada.

TESTE DE VÍCIO: Em Internet, é a primeira medida válida e confiável de uso dependente da internet e suas ferramentas midiáticas. Para os viciados, a internet tem o mesmo efeito das drogas do tipo antidepressivo, traz a sensação de euforia e felicidade.

Fonte: Kimberly Young, pesquisadora da Universidade de Pittsburg nos Estados Unidos o teste (copyright, 1999), questionário de 20 itens que mede os graus leve, moderado e severo do vício em internet. (IAT, *Internet Addiction Test*).

Disponível em:

<[http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2012/04/vicio-em-internet-e-](http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2012/04/vicio-em-internet-e)

diagnosticado-em-teste-de-escala-de-dependencia.html>.
Acesso em 12 nov. 2016.