

XXV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXV ENANCIB

GT 3 - Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

FATORES DE USO DE REDES SOCIAIS: COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES ENTRE JOVENS BRASILEIROS

SOCIAL MEDIA USAGE FACTORS: INFORMATION SHARING AMONG YOUNG BRAZILIANS

Sabrina Sales Rosa – Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)

Lucas Coimbra de Araújo – Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)

Fábio Corrêa – Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)

Frederico Giffoni de Carvalho Dutra – Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)

Nair Prata Moreira Martins – Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: este trabalho tem como objetivo analisar artigos que estudam as motivações que impulsionam o uso intenso das Redes Sociais, especialmente o Instagram, por parte de adolescentes e jovens adultos, explorando a relação entre esse comportamento digital e os processos de compartilhamento de informações e conhecimento em ambientes virtuais. A pesquisa, que vem a ser discursiva, exploratória-descritiva, adota o método de Revisão Sistemática de Literatura (RSL) para identificar, avaliar e consolidar os estudos já existentes. A análise revela fatores como: a busca por validação pessoal, o fortalecimento de relações e a necessidade de pertencimento. O estudo aponta que estes meios funcionam não apenas para interação social, mas como um ambiente dinâmico capaz de impulsionar a criação e disseminação de conhecimento. O trabalho sugere também a necessidade de futuras pesquisas voltadas para o uso crítico e reflexivo das Redes Sociais, otimizando seu papel no compartilhamento do conhecimento e no desenvolvimento socioemocional de adolescentes e jovens adultos.

Palavras-chave: redes sociais; conhecimento; motivação; adolescentes; jovens adultos.

Abstract: this paper analyzes articles that study the motivations behind the intense use of social media, especially Instagram, by adolescents and young adults, exploring the relationship between this digital behavior and the processes of sharing information and knowledge in virtual environments. The research, which is discursive, exploratory, and descriptive, adopts the Systematic Literature Review (SLR) method to identify, evaluate, and consolidate existing studies. The analysis reveals factors such as the search for personal validation, the strengthening of relationships, and the need to belong. The study indicates that these media function not only for social interaction but also as a dynamic environment capable of driving the creation and dissemination of knowledge. The paper also suggests the need for future research focused on the critical and reflective use of social media, optimizing their role in knowledge sharing and the socio-emotional development of adolescents and young adults.

Keywords: social media; knowledge; motivation; adolescents; young adults.

1 INTRODUÇÃO

O uso constante das Redes Sociais, especialmente o Instagram, entre adolescentes e jovens adultos tem se intensificado nos últimos anos, transformando-se em um fenômeno social com múltiplas implicações. Essas plataformas digitais passaram a mediar, e muitas vezes a reformular, a maneira como os sujeitos constroem suas identidades, se relacionam e expressam suas ideias e emoções. Segundo Guattari (1992), a subjetividade é produzida por múltiplos dispositivos sociais e midiáticos, que moldam as experiências individuais e coletivas. Nesse sentido, as Redes Sociais surgem como espaços dinâmicos em que os modos de ser, pensar e agir são continuamente negociados, influenciando comportamentos e expectativas, sobretudo entre os mais jovens. Para Lévy (2011, p. 15) a virtualidade, entendida como uma potência em constante atualização, não se opõe ao real, mas ao atual, conceito que ajuda a compreender como os jovens transitam entre o mundo físico e digital em busca de pertencimento e reconhecimento.

Entretanto, o uso excessivo de plataformas digitais tem sido relacionado a alterações emocionais e comportamentais, incluindo o desenvolvimento de dependência entre adolescentes que podem utilizar o meio virtual como refúgio para conflitos (Young, 2011). Tais fenômenos revelam a complexidade das relações estabelecidas no ambiente virtual, exigindo uma compreensão mais profunda das motivações que levam adolescentes e jovens adultos a se engajarem de forma tão intensa nas Redes Sociais.

Assim, o objetivo deste trabalho é analisar artigos que estudam as motivações que impulsionam o uso das Redes Sociais, pela ótica do Instagram, e as possíveis relações entre o comportamento digital dos adolescentes e jovens adultos com os processos de Gestão do Conhecimento (GC) em ambientes sociais e virtuais. E como justificativa, tem-se que para além do uso para fins de trocas de informações, até mesmo de cunho educacionais, que essas interações por estarem excedendo ao limite do bom uso destes canais, têm gerado grandes problemas. Segundo estudo “Panorama da Saúde Mental 2024”, 45% dos jovens brasileiros de 15 a 29 anos sofrem de ansiedade, impacto do uso excessivo dessas plataformas (VEJA, 2024).

Nesse contexto, é importante ressaltar o porquê das Redes Sociais terem se consolidado tanto como espaços privilegiados de troca de informações, expressão pessoal e interação social, passando a ser essenciais “para as relações de amizade e para as noções de identidade, privacidade, autenticidade, comunidade e sociabilidade” (Aguiar, 2007, p. 11). Ao considerar esse cenário, compreende-se que o Instagram, como uma das principais Redes

Sociais da atualidade, não apenas medeia relacionamentos, mas também molda identidades, comportamentos e percepções sobre o mundo e sobre si mesmo. Nesse sentido, entender as motivações que levam os jovens a utilizarem essa plataforma com tanta frequência permite também lançar luz sobre os sentidos que atribuem à própria experiência de sociabilidade contemporânea e as interferências desses meios de comunicação nos modos como se relacionam seus usuários.

A esse cenário soma-se a perspectiva da GC, que reconhece o papel das Redes Sociais na disseminação de saberes e na construção de significados coletivos. Hoje, elas atuam como atores que criam, geram e disseminam conhecimento, reforçando a noção de que o conhecimento se estabelece a partir da construção social. Tal compreensão dialoga diretamente com a concepção de Choo (2006), ao destacar que o conhecimento é gerado a partir da integração de processos, criação de significado, construção de conhecimento e tomada de decisões, num ciclo contínuo de interpretação, aprendizagem e ação

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A pesquisa se fundamenta em um referencial teórico que articula diversos eixos cruciais para a compreensão do fenômeno em análise. A literatura científica é mobilizada para discutir os potenciais impactos desse uso intensivo, tanto no âmbito individual quanto social. Objetiva por fim, estabelecer uma interface entre essa discussão e o campo da GC, explorando a crítica dualidade vivenciada pelas Redes Sociais na contemporaneidade: o uso recreativo excessivo X o uso consciente e até mesmo educacional, pelas trocas de informação, geração de valor e conhecimento.

Fazendo o recorte Brasil, temos que o país apresenta um terreno digital amplamente disseminado e especialmente frequente junto à população jovem. Segundo dados da pesquisa “TIC Domicílios 2024”, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 85% dos domicílios urbanos no Brasil têm acesso à internet, um avanço significativo em relação a 2005, quando apenas 13% dos domicílios estavam conectados. Além disso, a porcentagem de usuários de internet é particularmente elevada entre o recorte em análise: 95% dos jovens de 16 a 24 anos estão digitalmente interconectados. Ainda de acordo com o levantamento da Cetic, em 2024, 92% dos usuários de Internet enviaram mensagens instantâneas, 82% realizaram chamadas de voz ou vídeo e 81% usaram Redes Sociais. Isso revela o quanto as mídias sociais no geral, assim como

Instagram, Facebook, WhatsApp e YouTube, se tornaram imprescindíveis para uma parcela significativa da população brasileira que utilizam essas plataformas para diversas finalidades, desde a comunicação interpessoal até o consumo de informação e entretenimento. Essa intensa adesão reflete uma tendência global, em que as Redes Sociais tornaram-se espaços centrais da contemporaneidade.

Como Castells (2009) argumenta em sua obra "Comunicação e Poder", a sociedade em rede, impulsionada pelas tecnologias digitais, transformou as formas de interação, poder e cultura. As Redes Sociais, nesse contexto, emergem como infraestruturas comunicacionais poderosas, capazes de moldar opiniões, mobilizar indivíduos e influenciar processos sociais, políticos e até mesmo econômicos. A facilidade de acesso e a instantaneidade contribuem para a sua crescente relevância no cenário brasileiro. Além disso, a penetração das Redes Sociais no Brasil também pode ser compreendida à luz das teorias sobre a cultura digital e a cibercultura. Lévy (1999), em "Cibercultura", discute como o ciberespaço, ambiente de comunicação digital, cria novas formas de sociabilidade, identidade e inteligência coletiva. As Redes Sociais, como parte integrante desse ciberespaço, oferecem aos usuários brasileiros a oportunidade de construir e manter laços sociais, expressar suas individualidades e participar de comunidades virtuais com interesses em comum.

Para Abramo (2005), em "Cenas Juvenis: Olhares e Experiências", a juventude não pode ser vista como uma categoria homogênea, mas sim como um conjunto de grupos sociais com características, demandas e trajetórias distintas. Fatores como classe social, gênero, etnia e localização geográfica influenciam as vivências e as oportunidades dos jovens brasileiros. Compreender essa heterogeneidade é fundamental para analisar o seu engajamento em diferentes esferas da vida social, incluindo o uso das Redes Sociais.

A perspectiva de Turkle (2011), em seu livro "*Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*" ressalta a importância da busca pela identidade na adolescência e juventude. Nesse período, os jovens exploram diferentes papéis sociais, experimentam novas relações e constroem um senso de si mesmos. As Redes Sociais, com seus espaços de autoexpressão e interação, podem se tornar palcos importantes para essa busca identitária, oferecendo oportunidades para a experimentação e validação social.

A juventude brasileira se destaca como um dos grupos etários mais ativos nas Redes Sociais. A familiaridade com as tecnologias digitais, a busca por pertencimento e a necessidade de comunicação constante impulsionam o engajamento dos jovens nessas plataformas. O uso

das Redes Sociais por essa parcela da população abrange desde a manutenção de laços afetivos e a busca por informações até a participação em movimentos sociais e a expressão de opiniões. Nesse contexto, uma reflexão de Turkle (2011) precisa ser levada em consideração: embora as tecnologias digitais ofereçam novas formas de conexão, elas também podem levar a um isolamento social e a uma superficialidade nas relações. Olhando pela perspectiva da juventude brasileira, é importante analisar criticamente como o uso intenso das Redes Sociais impacta a qualidade das interações sociais, o desenvolvimento de suas habilidades socioemocionais e de interações reais, que levam à construção de relacionamentos significativos.

Ao mesmo tempo, é importante avaliar como as Redes Sociais também oferecem aos jovens brasileiros oportunidades de aprendizado, de acesso a diferentes perspectivas e de participação cívica. Como Jenkins *et al.* (2009) discutem em “*Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*”, a cultura participativa *on-line* permite que os jovens se tornem produtores e distribuidores de conteúdo, desenvolvendo novas habilidades e engajando-se em discussões sobre temas relevantes para a sociedade. Portanto, o uso das Redes Sociais pela juventude brasileira apresenta tanto desafios quanto potencialidades que merecem ser explorados em futuras pesquisas e reflexões teóricas.

A intrínseca relação entre o uso massivo de Redes Sociais pela juventude brasileira e a GC reside na forma como essas plataformas se tornaram vastos repositórios e canais de disseminação de informações e saberes. Para Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento é criado e expandido através da interação social e da conversão entre conhecimento tácito (experiências e *insights* individuais) e conhecimento explícito (formalizado e articulador). As Redes Sociais, nesse viés, oferecem um ambiente dinâmico para essa interação, onde jovens compartilham experiências, debatem ideias e constroem coletivamente conhecimentos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, com caráter descritivo. Como um trabalho incipiente que trata da relação do uso das Redes Sociais, da juventude brasileira e da GC, se apropria da Revisão Sistemática de Literatura (RSL) para que se tenha um parâmetro do volume de conteúdos que já foram produzidos sobre o assunto. Conforme apontam Kitchenham *et al.* (2009), essa metodologia permite identificar, avaliar criticamente, interpretar e consolidar as pesquisas disponíveis, oferecendo os subsídios necessários para

XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025

responder a questões específicas ou a problemas em áreas determinadas do conhecimento. A RSL é qualificada como um estudo de caráter secundário, destinada a agregar resultados de estudos primários acerca da proposta de pesquisa previamente estabelecida (Dresch; Lacerda; Antunes Júnior, 2015).

Para garantir a abrangência e a relevância dos estudos selecionados, a busca por fontes foi realizada utilizando terminologias e palavras-chave relacionadas ao objeto de investigação, tais como: Gestão do Conhecimento, Redes Sociais, Análise de Redes Sociais, Motivação, Adolescentes e Jovens Adultos. A condução do trabalho seguiu as diretrizes do modelo PRISMA, recomendado para revisões sistemáticas por sua abordagem estruturada e transparente na seleção e análise de estudos. Foram considerados aspectos tanto qualitativos quanto quantitativos dos artigos identificados. A busca inicial foi realizada na base de dados da CAPES utilizando os termos *“Social Media AND Instagram AND Motivation AND Adolescent”*, o que resultou em 146 estudos. Em um segundo momento, a pesquisa foi ampliada com os termos *“Social Network Analysis AND Knowledge Management AND Social Networks AND Motivation AND Adolescents OR Young People”*, totalizando 636 resultados.

Quadro 1 - Protocolo de Revisão Sistemática de Literatura (Base de Dados CAPES)

| Protocolo | Descrição |
|-------------------------------|--|
| Quadro Conceitual | O uso constante das Redes Sociais por adolescentes e jovens adultos impacta diversos aspectos da construção da subjetividade, da sociabilidade e da identidade (Aguiar, 2007; Guattari, 1992). Considerando que as Redes Sociais também funcionam como espaços de criação, disseminação e compartilhamento de conhecimento (Choo, 2006), esta pesquisa busca analisar artigos que estudam as motivações que impulsionam o uso dessas plataformas e as possíveis relações entre o comportamento digital de adolescentes e jovens adultos e os processos de Gestão do Conhecimento em ambientes sociais, especialmente virtuais. |
| Contexto | Estudos que tratam sobre a motivação do uso das Redes Sociais, com atenção especial para a mais usada no contexto contemporâneo, o Instagram. |
| Horizonte | Foram considerados artigos publicados nos últimos cinco anos, a partir de 2021. |
| Línguas | Português e/ou Inglês. |
| Critérios de Exclusão (CE) | CE1. Estudos que não contenham os descritores na palavra-chave do(s) autor(es); CE2. Todas as formas de publicação que não artigos científicos completos, como capítulos de livros, resumos, textos incompletos, teses, dissertações, monografias, relatos técnicos, dentre outras; CE3. Toda publicação que não revisada por pares; CE4. Resumo pouco compreensível, dificultando a avaliação de adequação ao tema; CE5. Estudos indisponíveis para <i>download</i> ; CE6. Fuga completa ou parcial do tema proposto. |
| Descritores (Termos Pesquisa) | Gestão do Conhecimento. Redes Sociais. Análise de Redes Sociais. Motivação. Adolescentes. Jovens Adultos. |

Fonte: Elaborado pelos autores, adaptado de Dresch, Lacerda, Antunes Júnior (2015, p. 142).

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Em se tratando dos resultados da RSL acima citada tem-se que foram identificados 782 artigos que a *priori* estavam aptos a serem analisados para posterior uso em trabalhos mais aprofundados. Foram excluídos 182 estudos que não apresentavam os descritores definidos nos campos de palavra-chave (CE1), além de 96 publicações que não se enquadraram como artigos científicos completos, como resumos, capítulos de livros, dissertações, teses e outros tipos de documentos não compatíveis com o escopo da revisão (CE2). Também foram desconsiderados 74 trabalhos que não passaram por processo de revisão por pares (CE3), bem como 39 artigos cujo resumo não permitia a compreensão clara do conteúdo e dos objetivos da pesquisa, dificultando a avaliação de sua adequação ao tema proposto (CE4). Somaram-se a esses, 46 estudos indisponíveis para acesso integral (CE5) e, por fim, 239 artigos foram descartados por apresentarem, total ou parcialmente, desvio temático em relação ao foco da pesquisa (CE6).

Após essa filtragem, permaneceram 106 artigos considerados pertinentes para análise mais detalhada. A partir da leitura dos títulos, 15 textos foram selecionados por apresentarem maior aderência ao objeto de estudo. Em uma etapa complementar, a leitura dos resumos levou à exclusão de 4 desses artigos, por não contemplarem plenamente o escopo da investigação, resultando, portanto, em um conjunto final de 11 estudos para análise sistemática. Desses, 5 foram descartados com justificativa de que, embora abordem aspectos relacionados às Redes Sociais e à motivação de uso, não atendem plenamente aos critérios de inclusão definidos, principalmente por não estabelecerem relação direta com os processos de GC em ambientes sociais e virtuais, nem focarem especificamente no comportamento digital de adolescentes e jovens adultos.

A amostra final é composta por de 6 artigos, sendo eles: *Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships (2023)*; *Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram (2023)*; *Motivation scale for using social network sites: Comparative study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn (2023)*; *Too positive to be tweeted? An experimental investigation of emotional expression on twitter and instagram (2024)*; *Factors influencing Instagram Reels usage behaviours: An examination of motives, contextual age and narcissism (2022)*; e *Updating 'Stories' on social media and its*

relationships to contextual age and narcissism: A tale of three platforms—WhatsApp, Instagram and Facebook (2022

5 CONCLUSÃO

A crescente utilização das mídias sociais pela juventude configura um fenômeno social multifacetado, que reconfigura a construção identitária, os laços sociais e a expressão emocional, especialmente em plataformas como o Instagram. A análise da RSL identificou que motivações centrais para o engajamento nesses espaços digitais incluem a busca por validação pessoal, o fortalecimento de relações próximas e a necessidade de pertencimento (Mark *et al.*, 2023; Masciantonio; Bourguignon, 2023). O Instagram, em particular, emerge não apenas como ferramenta de interação, mas como um ambiente dinâmico para a construção e disseminação de conhecimento, utilizado tanto para buscas deliberadas de informação quanto para exploração casual de conteúdos (Marcella-Hood; Marcella, 2023).

Nesse contexto, a expressão emocional e a curadoria da identidade são apontadas como motivações-chave (Masciantonio; Bourguignon, 2023; 2024), alinhando-se à perspectiva de Guattari (1992) sobre a produção da subjetividade mediada por dispositivos tecnológicos. A integração com a GC, conforme proposto por Choo (2006), revela que essas plataformas facilitam a circulação orgânica de saberes, muitas vezes ancorada em laços sociais e afetivos. Contudo, desafios como a superficialidade das interações e a potencial dependência do meio virtual (Young, 2011) podem impactar a qualidade do conhecimento compartilhado e a saúde emocional dos usuários.

Os estudos convergem ao apontar as motivações de uso como fio condutor, onde a validação pessoal e o fortalecimento de laços no Instagram (Mark *et al.*, 2023) dialogam com escalas motivacionais mais amplas (Masciantonio; Bourguignon, 2023) e com as motivações exploradas em recursos específicos, incluindo entretenimento, autoexpressão e busca por popularidade (Menon, 2022a, 2022b). O comportamento informacional, tanto intencional quanto não intencional (Marcella-Hood; Marcella, 2023), é influenciado pela forma como os usuários se apresentam e expressam emoções (Masciantonio; Bourguignon, 2024), com uma possível tendência à maior positividade no Instagram podendo enviesar a percepção da realidade. Fatores como traços de personalidade e idade contextual também modulam essas motivações e comportamentos (Menon, 2022a, 2022b), e as especificidades de cada plataforma e seus recursos criam nichos de uso que satisfazem necessidades distintas.

Apesar do debate, observa-se uma lacuna em estudos que sistematizam os motivos do uso intenso do Instagram por jovens e sua conexão com a construção e disseminação de saber. Compreender tais fatores sob a ótica da GC permite não só entender comportamentos individuais, mas também refletir sobre como interações informais contribuem para a circulação de saberes e a formação de laços sociais e cognitivos.

Para além disso, recomenda-se a continuação das atividades deste trabalho, com estudos que aprofundem a análise das dinâmicas de criação e compartilhamento de conteúdos, considerando seu potencial de influenciar tanto as motivações de uso quanto os processos de construção e disseminação de conhecimento. A forma como jovens produzem narrativas visuais, selecionam informações e interagem por meio de conteúdos autorais pode revelar padrões de engajamento e circulação de saberes que complementam a compreensão sobre motivação, identidade e sociabilidade. Investigar essa dimensão permitirá compreender não apenas o consumo, mas também a agência dos usuários como produtores ativos no ecossistema digital, ampliando as perspectivas sobre o papel das redes sociais na GC. A relevância de novos estudos reside na natureza dinâmica dessas plataformas e sua profunda integração com o cotidiano, exigindo investigação contínua sobre como novas funcionalidades e normas de uso impactam as motivações, a expressão emocional e o comportamento informacional dos usuários, com implicações para o bem-estar, o *design* ético desses canais e a comunicação mediada pela tecnologia.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, H. W. **Cenas juvenis: olhares e experiências**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais** [...] Santos: COMPÓS, 2007. p. 1-15.

CASTELLS, M. **Comunicação e poder**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (Cetic.br). **TIC Domicílios**. São Paulo, [202-?].

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: SENAC, 2006.

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES JÚNIOR, J. A. V. A. **Design science research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.

XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025

JENKINS, H.; PURUSHOTMA, R.; WEIGEL, M.; CLINTON, K.; ROBISON, A. J. **Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century**. Cambridge, MA: MIT Press, 2009.

GUATTARI, F. **Caosmose: um novo paradigma estético** (A. L. Oliveira e L. C. Leão, Trad.). São Paulo: Editora 34, 1992.

KITCHENHAM, B.; BRERETON, O.P.; BUDGEN, D.; TURNER, M.; BAILEY, J.; LINKMAN, S. Systematic literature reviews in software engineering – a systematic literature review. **Information and software technology**, v. 51, n. 1, p. 7-15, 2009.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** 2 ed. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

MARK, J.; RICE, L.; PUNYANUNT-CARTER, N. M.; SNIDMAN, H. R Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships. **Online Journal of Communication and Media Technologies**, v. 13, n. 2, p. e202315, 2023.

MARCELLA-HOOD, M.; MARCELLA, R. Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram. **Journal of Librarianship and Information Science**, v. 55, n. 3, p. 634-657, 2023.

MASCIANTONIO, A.; BOURGUIGNON, D. Motivation scale for using social network sites: Comparative study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn. **Psychologica Belgica**, v. 63, n. 1, p. 30, 2023.

MASCIANTONIO, A.; BOURGUIGNON, D. Too positive to be tweeted? An experimental investigation of emotional expression on twitter and instagram. **Media Psychology**, v. 27, n. 2, p. 243-270, 2024.

MENON, D. Factors influencing Instagram Reels usage behaviours: An examination of motives, contextual age and narcissism. **Telematics and Informatics Reports**, v. 5, p. 100007, 2022.

MENON, D. Updating 'Stories' on social media and its relationships to contextual age and narcissism: A tale of three platforms—WhatsApp, Instagram and Facebook. **Heliyon**, v. 8, n. 5, 2022.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

TURKLE, S. **Alone together: why we expect more from technology and less from each other**. New York: Basic Books, 2011

XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025

VEJA. **Excesso de redes sociais está associado a 45% dos casos de ansiedade em jovens.** [S. l.], 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/excesso-de-redes-sociais-esta-associado-a-45-dos-casos-de-ansiedade-em-jovens/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

YOUNG, K. S. Avaliação clínica de clientes dependentes de internet. *In*: YOUNG, K. S.; ABREU, C. N. **Dependência de internet**: manual e guia de avaliação e tratamento. Porto Alegre: Artmed, 2011.