

**Além do like: a influência das redes sociais no comportamento
informacional da juventude brasileira**

**In addition to like: the influence of social networks on the information behavior
of brazilian youth**

**Además de me gusta: la influencia de las redes sociales en el comportamiento
informativo de la juventud brasileña**

Sabrina Sales Rosa

Mestranda em Tecnologia da Informação e Comunicação e Gestão do Conhecimento
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

 <https://orcid.org/0009-0006-9881-3545> E-mail: sabrinasalesrosa@gmail.com

Lucas Coimbra de Araújo

Doutorando em Tecnologia da Informação e Comunicação e Gestão do Conhecimento
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-8134-7641> E-mail: lucas.araujo.18@hotmail.com

Fábio Corrêa

Doutor em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-2346-0187> E-mail: fabiocontact@gmail.com

Nair Prata Moreira Martins

Doutora em Linguística Aplicada
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-9127-7720> E-mail: nairprata@uol.com.br

Frederico Giffoni de Carvalho Dutra

Doutor em Gestão da Informação e do Conhecimento
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-8666-0354> E-mail: fgcdutra@gmail.com



RESUMO

Introdução: O uso das redes sociais, especialmente o Instagram, entre adolescentes e jovens adultos tem se intensificado nos últimos anos, tornando-se um fenômeno social que influencia as formas de interação, expressão e construção identitária. **Objetivo:** Por isso, esta pesquisa busca analisar artigos que estudam as motivações que impulsionam o uso intenso das redes sociais, com foco no Instagram, entre adolescentes e jovens adultos, explorando a relação entre esse comportamento digital e os processos de compartilhamento de informações e conhecimento em ambientes virtuais. **Metodologia:** A pesquisa é do tipo exploratória-descritiva, e adota o método de Revisão Sistemática de Literatura, para identificar, avaliar e consolidar os estudos já existentes. **Resultados:** A análise revela os seguintes fatores: 1) Motivações de Uso como Eixo Analítico Central; 2) Comportamento Informacional e Apresentação de Si; 3) Influência de Traços de Personalidade e Fatores Contextuais; 4) Expressão Emocional, em articulação com os condicionantes sociotécnicos da plataforma; e 5) Especificidades das Plataformas e dos Recursos. **Conclusão:** O estudo aponta que plataformas digitais como o Instagram funcionam não apenas como meios de interação social mediada, mas como um ambiente dinâmico capaz de impulsionar a criação e disseminação de conhecimento. Há necessidade de futuras pesquisas voltadas para o uso crítico e reflexivo das redes sociais (para além do recorte do Instagram), para otimizar seu papel no compartilhamento do conhecimento e no desenvolvimento socioemocional de adolescentes e jovens adultos brasileiros. A busca em outras bases é sugestão de pesquisa futura.

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

ABSTRACT

Introduction: The use of social media, particularly Instagram, among adolescents and young adults has intensified in recent years, becoming a social phenomenon that influences forms of interaction, expression, and identity construction. **Objective:** Therefore, this research aims to analyze articles examining the motivations driving the heavy use of social media (focusing on Instagram) among adolescents and young adults, exploring the relationship between this digital behavior and the processes of sharing information and knowledge in virtual environments. **Methodology:** This is an exploratory-descriptive study employing a systematic literature review method to identify, evaluate, and consolidate existing studies. **Results:** The analysis reveals the following factors: 1) Usage Motivations as a Central Analytical Axis; 2) Information Behavior and Self-Presentation; 3) Influence of Personality Traits and Contextual Factors; 4) Emotional Expression, in conjunction with the platform's sociotechnical conditions; and 5) Platform and Feature Specificities. **Conclusion:** The study indicates that digital platforms like Instagram function not only as mediums for mediated social interaction but also as dynamic environments capable of fostering knowledge creation and dissemination. There is a need for future research focused on the critical and reflective use of social media (beyond the scope of Instagram) to optimize its role in knowledge sharing and the socio-emotional development of Brazilian adolescents and young adults. Searching other databases is suggested for future research.

Keywords: social media; informational behavior; motivation; adolescents; young adults.

RESUMEN

Introducción: El uso de las redes sociales, especialmente Instagram, entre adolescentes y jóvenes adultos se ha intensificado en los últimos años, convirtiéndose en un fenómeno social que influye en las formas de interacción, expresión y construcción de la identidad. **Objetivo:** Por lo tanto, esta investigación busca analizar artículos que estudian las motivaciones que impulsan el uso intensivo de las redes sociales, centrándose en Instagram, entre adolescentes y jóvenes adultos, explorando la relación entre este comportamiento digital y los procesos de intercambio de información y conocimiento en entornos virtuales. **Metodología:** La investigación es exploratoria-descriptiva y adopta el método de Revisión Sistemática de la Literatura para identificar, evaluar y consolidar los estudios existentes. **Resultados:** El análisis revela los siguientes factores: 1) Motivaciones de uso como eje analítico central; 2) Comportamiento informativo y autopresentación; 3) Influencia de los rasgos de personalidad y factores contextuales; 4) Expresión emocional, en articulación con las condiciones sociotécnicas de la plataforma; y 5) Especificidades de las plataformas y los recursos. **Conclusión:** El estudio indica que las plataformas digitales como Instagram funcionan no solo como medios de interacción social mediada, sino también como un entorno dinámico capaz de impulsar la creación y difusión del conocimiento. Se requiere investigación futura centrada en el uso crítico y reflexivo de las redes sociales (más allá de las particularidades de Instagram) para optimizar su papel en el intercambio de conocimiento y el desarrollo socioemocional de adolescentes y jóvenes adultos brasileños. Se sugiere explorar otras bases de datos para futuras investigaciones.

Palabras-clave: redes sociales; comportamiento informacional; motivación; adolescentes; adultos jóvenes.

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.

As redes sociais funcionam como espaços dinâmicos de negociação em que os modos de ser, pensar e agir são continuamente negociados, influenciando comportamentos e expectativas, sobretudo entre os mais jovens. Essa leitura pode ser aproximada de Guattari (1992), para quem a subjetividade não é uma instância puramente individual, mas uma produção atravessada por múltiplos dispositivos sociais, culturais e midiáticos. A essa perspectiva, soma-se a reflexão de Lévy (2011), segundo a qual 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 dessas plataformas tem sido relacionado a alterações emocionais e comportamentais, como dificuldades de interação no ambiente familiar e ansiedade, esse último especialmente quando há privação do acesso. Como observado na literatura, os adolescentes podem desenvolver uma relação de dependência com o meio virtual, utilizando-o como refúgio diante de conflitos sociais ou afetivos (Young, 2011). Tais fenômenos revelam o intrincamento das relações estabelecidas no ambiente virtual, exigindo uma compreensão mais profunda das motivações que levam adolescentes e jovens adultos a se engajarem de forma intensa nas redes sociais, em particular no Instagram.

Assim, o objetivo desta pesquisa é analisar artigos que estudam as motivações que impulsionam o uso das redes sociais, com ênfase no Instagram, e as possíveis relações entre o comportamento digital dos adolescentes e jovens adultos com os processos de Gestão do Conhecimento (doravante, GC) em ambientes sociais e virtuais. Como justificativa tem-se que, para além do uso para fins de trocas de informações, até mesmo de cunho educacionais, essas interações, por estarem excedendo ao limite do bom uso destes canais, têm gerado problemas sociais. Segundo estudo desenvolvido pelo Instituto Cactus, em parceria com a AtlasIntel, denominado *Panorama da Saúde Mental 2024*, 45% dos jovens brasileiros de 15 a 29 anos sofrem de ansiedade, impacto do uso excessivo dessas plataformas (Moraes, 2024).

Ademais, as redes sociais compreendidas aqui em seu sentido sociológico como estruturas de relações entre sujeitos, encontram nas mídias sociais, como o Instagram, um suporte tecnológico que potencializa a troca de informações, a expressão pessoal e a interação social, passaram a ser essenciais “[...] para as relações de amizade e para as noções de identidade, privacidade, autenticidade, comunidade e sociabilidade” (Aguiar, 2007, p. 11). Assim, compreende-se que o Instagram 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 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.

É imperativo ressaltar, contudo, que a definição do Instagram como objeto empírico não se dá de forma arbitrária, e sim decorre de sua centralidade no contexto contemporâneo de uso das redes sociais, especialmente entre o público-alvo desta investigação, considerando também a natureza dinâmica e a volatilidade das plataformas digitais, que se transformam em ciclos acelerados, acompanhando as constantes reconfigurações do ecossistema informacional atual. Tal compreensão dialoga com a perspectiva de Lévy (2011), ao conceber o ambiente digital como um espaço em permanente atualização, marcado pela virtualidade enquanto potência e não como estado fixo. De modo complementar, conforme argumenta Castells (2009), as dinâmicas comunicacionais mediadas por tecnologias digitais são estruturadas por processos contínuos de transformação, nos quais as formas de interação e produção de sentido se reorganizam de maneira fluida. Assim, o recorte analítico aqui proposto contextualiza o Instagram, plataforma caracterizada pela forte ênfase em dinâmicas de visibilidade, autoapresentação e interação mediada por recursos audiovisuais. Isso a torna particularmente relevante para a análise proposta, como um ambiente sociotécnico de mediação em constante reconfiguração, cujos resultados devem ser compreendidos conforme um período histórico específico, sem a pretensão de universalização, mas como contribuição situada para a análise do comportamento digital.

A esse cenário soma-se a perspectiva da GC, que reconhece o papel das redes sociais na mediação na disseminação de saberes e na construção de significados coletivos. Hoje, as redes sociais representam os 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.

Dessa forma, investigar os fatores que impulsionam o uso do Instagram por jovens, a partir da GC, permite não apenas compreender seus comportamentos individuais, mas também refletir sobre como essas interações informais contribuem para a circulação de conhecimentos e a formação de vínculos sociais e cognitivos que caracterizam essa geração.

Com base no exposto e nas questões que dele emergem, estruturou-se o presente artigo dividindo-o em seções. Além desta introdução, segue-se ao referencial teórico, explanando os constructos centrais desta investigação. Adiante, são apresentados os

procedimentos metodológicos desta pesquisa. Por conseguinte, são apresentados os resultados, sendo essa seção sucedida pelas considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O Brasil se destaca como um dos países com maior engajamento em redes sociais no mundo. Segundo dados da pesquisa TIC Domicílios em 2025, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), uma parcela significativa da população brasileira utiliza plataformas como Facebook, *Instagram*, *WhatsApp* e YouTube 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 se tornaram espaços centrais da contemporaneidade.

Como Castells (2009) argumenta, a sociedade em rede, impulsionada pelas tecnologias digitais, transformou as formas de interação, poder e cultura. As redes sociais, nesse contexto, podem ser compreendidas como estruturas comunicacionais de relações, enquanto as mídias sociais configuram as infraestruturas tecnológicas que as tornam visíveis e operacionais, com poderes capazes de moldar opiniões, mobilizar indivíduos e influenciar processos sociais, políticos e, até mesmo, econômicos. A facilidade de acesso e a instantaneidade da comunicação proporcionada por essas plataformas contribuem para a sua crescente relevância no cenário brasileiro.

Além disso, a penetração das redes sociais no Brasil também pode ser compreendida segundo o entendimento de teorias sobre a cultura digital e a cibercultura. Lévy (1999) 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, com ênfase nos jovens, aqui compreendidos como indivíduos com idade entre 15 e 29 anos, a oportunidade de construir e manter laços sociais, expressar suas individualidades e participar de comunidades virtuais com interesses em comum.

Tal delimitação etária está alinhada ao recorte adotado nesta pesquisa, que considera essa faixa como representativa da geração Z, grupo socializado em um contexto de intensa digitalização da vida cotidiana e fortemente marcado pela mediação de tecnologias digitais nas suas práticas de sociabilidade e construção identitária, uma vez que esses indivíduos não apenas acompanharam o desenvolvimento tecnológico, mas foram formados em um

ambiente já profundamente mediado por plataformas digitais, o que impacta diretamente suas formas de interação, aprendizagem e expressão (Turner, 2015). Além disso, as redes sociais configuram-se como espaços centrais para a construção de identidades entre os jovens, oferecendo ambientes de visibilidade, interação e validação social que influenciam diretamente a forma como esses sujeitos se percebem e se apresentam no contexto digital (Boyd, 2014).

A juventude brasileira é marcada por uma diversidade de experiências, onde essas pessoas constroem suas identidades e enfrentam desafios atravessados por diferentes condições sociais, econômicas, culturais, de gênero e de etnia. No contexto contemporâneo, essas dimensões também se relacionam às tecnologias digitais e às redes sociais, que mediam formas de interação, expressão e construção identitária. Caracterizada por um período de transição entre a adolescência e a vida adulta, essa fase do desenvolvimento é crucial para a formação da identidade, a construção de projetos de vida e a inserção social. Dados do IBGE revelam que, em 2022, o número de usuários de internet com 10 anos ou mais no Brasil alcançou 161,6 milhões, o que demonstra a expressiva presença de jovens conectados e o crescente acesso às tecnologias digitais (Caio, 2023).

Para Abramo e Martoni Branco (2005), 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), 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 espaços de autoexpressão e interação, podem se tornar configurar como espaços de mediação relevantes para os processos de construção identitária, oferecendo oportunidades para a experimentação e validação social.

Assim, 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.

Embora as tecnologias digitais ofereçam novas formas de conexão, elas também podem levar a um isolamento social e a uma superficialidade nas relações (Turkle, 2011). No contexto da juventude brasileira, é importante analisar 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, 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.

Neste contexto emerge a intrínseca relação entre o uso massivo de redes sociais pela juventude brasileira e a GC, a qual 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 articulado). As redes sociais, nesse contexto, oferecem um ambiente dinâmico para essa interação, onde jovens compartilham experiências, debatem ideias e constroem coletivamente conhecimentos.

A velocidade e a capilaridade da informação nas redes sociais podem ser tanto um trunfo quanto um desafio para a GC. Por um lado, facilitam o acesso rápido a diferentes fontes e perspectivas, enriquecendo o aprendizado e a inovação. Por outro lado, a grande quantidade de informações, nem sempre verificadas, exige dos jovens habilidades de análise crítica e discernimento para a construção de um conhecimento sólido e confiável. Nesse sentido, a GC, no contexto da juventude conectada, passa pela promoção da literacia informacional e digital, incentivando o uso consciente e produtivo das redes sociais como ferramentas de aprendizado e desenvolvimento.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória, com caráter descritivo. Exploratória por visar elevar conhecimentos acerca do objetivo delineado e descritiva por primar pela explanação de seus achados (Gil, 2002). Ademais, também é uma pesquisa qualitativa, haja vista que visa captar significações mais profundas mediante fenômeno investigado (Gil, 2002).

Como uma investigação que trata da relação do uso das redes sociais, com foco particular no Instagram, da juventude brasileira, que para os fins desta pesquisa, considera-se os indivíduos com idade entre 15 e 29 anos, recorte etário que orienta a seleção e análise dos estudos incluídos nesta revisão, uma vez que essa delimitação busca assegurar maior precisão conceitual e metodológica, ao definir de forma explícita o grupo geracional investigado, em consonância com a literatura que caracteriza a geração Z como composta por sujeitos socializados em um contexto de ampla mediação tecnológica e intensa presença das redes sociais em suas práticas cotidianas (Boyd, 2014; Turner, 2015), e da GC, esta pesquisa se apropria da Revisão Sistemática de Literatura (RSL) para que se tenha um parâmetro do volume de conteúdos que já foram produzidos em língua portuguesa e, ou, inglesa sobre o assunto.

Conforme apontam Kitchenham *et al.* (2009), a RSL permite identificar, avaliar criticamente, interpretar e consolidar as pesquisas disponíveis, oferecendo os subsídios necessários para 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), havendo a necessidade de determinar um protocolo de estratégia de pesquisa, como disposto por meio do Quadro 1, a seguir.

Assim, durante o exame dos estudos resultantes da RSL, busca-se, por meio da Análise de Conteúdo, analisar os “[...] elementos desse conteúdo para esclarecer suas diferentes características e extrair sua significação” (Laville; Dionne, 1999, p. 214), de modo a identificar os fatores que impulsionam o uso do Instagram por jovens. Adiante, segue-se a explanação da execução da RSL e os resultados identificados (Quadro 1).

Quadro 1 - Protocolo de Revisão Sistemática de Literatura

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, inclusive.
Línguas	Português e/ou Inglês.
Crítérios 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 inicial da adequação ao tema; CE5. Estudos indisponíveis para <i>download</i> ; CE6. Fuga completa ou parcial do tema proposto. CE7. Aderência do resumo ao pretendido por esta pesquisa. CE8. Aderência do texto, contemplando Rede Social, Gestão do Conhecimento e jovens e adultos.
Descritores (Termos de Pesquisa)	("Social Media" AND "Instagram" AND Motivation AND Adolescent) OR ("Social Network Analysis" AND "Knowledge Management" AND "Social Networks" AND Motivation AND Adolescents OR "Young People") nas palavras-chaves
Base de Dados	Portal de Periódicos CAPES

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

[Descrição do Quadro 1]: quadro organizado em duas colunas, "Protocolo" e "Descrição", que apresenta o protocolo utilizado na Revisão Sistemática de Literatura. O quadro está estruturado em sete elementos: Quadro Conceitual, Contexto, Horizonte, Línguas, Critérios de Exclusão (CE), Descritores (Termos de Pesquisa) e Base de Dados. O Quadro Conceitual aborda o uso constante das redes sociais, seus impactos na subjetividade, sociabilidade e identidade, e sua relação com a GC. O Contexto contempla estudos sobre a motivação para o uso das redes sociais, especialmente o Instagram. O Horizonte considera artigos publicados a partir de 2021, enquanto as línguas definidas são português e/ou inglês. Os Critérios de Exclusão apresentam oito condições relacionadas aos descritores, ao tipo de publicação, à revisão por pares, à clareza do resumo, à disponibilidade para download, à aderência temática e à relação com redes sociais, Gestão do Conhecimento e jovens e adultos. Os Descritores utilizados combinam os termos "Social Media", "Instagram", "Motivation", "Adolescent", "Social Network Analysis", "Knowledge Management", "Social Networks" e "Young People". A base de dados utilizada foi o Portal de Periódicos CAPES. [Fim da descrição].

No que tange aos procedimentos de coleta e análise textual, a investigação utilizou a ferramenta de busca por assunto do Portal de Periódicos CAPES, optando por essa plataforma em virtude de seu caráter de meta-indexador, que integra e abrange simultaneamente

diversas bases de dados multidisciplinares de alto impacto (como Scielo, Scopus, Web of Science e ScienceDirect). Essa escolha assegurou uma cobertura abrangente e centralizada das publicações indexadas, permitindo que a seleção inicial de 782 artigos refletisse a produção científica em português e/ou inglês disponível por meio dos principais provedores de conteúdo acadêmico.

Inicialmente, o processo de seleção incidiu sobre os títulos e resumos da totalidade dos estudos identificados, com o objetivo de aplicar os critérios de exclusão e verificar a aderência temática preliminar. Superada essa fase de filtragem, a análise concentrou-se nos textos completos dos 6 artigos selecionados para compor a amostra final, permitindo a extração integral de significados e a interpretação das nuances teóricas presentes em cada estudo.

O processo analítico foi estruturado nos pilares da técnica de Análise de Conteúdo, que assim como descrito por Bardin (2016), vem a ser um procedimento metodológico que possibilita examinar e interpretar conteúdos de forma estruturada, por meio da identificação de padrões de significado recorrentes, os quais são organizados em categorias analíticas capazes de sustentar a compreensão dos fenômenos investigados, contribuindo para aprofundar a robustez interpretativa das discussões. Tal protocolo foi destrinchado e desenvolvido em três etapas articuladas entre si:

1. **Pré-análise e exploração do material:** onde o corpus foi organizado e submetido a uma leitura flutuante para identificar unidades de registro pertinentes às motivações de uso e processos de Gestão do Conhecimento (GC).
2. **Tratamento e categorização:** fase em que os dados brutos foram codificados para isolar os núcleos de sentido recorrentes nos diferentes estudos.
3. **Inferência e interpretação:** momento em que os resultados foram confrontados com o referencial teórico adotado nesta pesquisa.

Os critérios que orientaram a identificação das categorias, ou pontos de convergência, basearam-se na recorrência temática e na funcionalidade dos achados em relação ao objetivo central do estudo. Assim, os pontos de interface foram delimitados a partir do cruzamento de variáveis como o comportamento informacional (intencional e não intencional), a influência de traços de personalidade (como o narcisismo), a expressão emocional e as especificidades técnicas das funcionalidades da plataforma Instagram (como *Stories* e *Reels*).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A busca inicial resultou em 782 artigos. 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).

Adiante, outros 46 estudos não estavam indisponíveis para acesso integral (CE5) e, 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, 95 foram desconsiderados por não apresentarem aderência ao objeto de estudo (CE7).

Desses, 11, outros 5 foram descartados, pois embora abordem aspectos relacionados às redes sociais e à motivação de uso, não estabeleciam relação direta com os processos de GC em ambientes sociais e virtuais ou não tratavam do comportamento digital de adolescentes e jovens adultos. Assim, a amostra remanescente é conformada por 6 estudos, a saber: Mark *et al.* (2023); Marcella-Hood e Marcella (2023); Masciantonio e Bourguignon (2023, 2024); e Menon (2022a; 2022b).

Os resultados apontam que o Instagram, em particular, funciona não apenas como uma ferramenta de interação social, mas também como um ambiente dinâmico de construção e disseminação de conhecimento. Conforme evidenciado por Marcella-Hood e Marcella (2023), os jovens utilizam a plataforma tanto para fins deliberados (como a busca de informações específicas), quanto para comportamentos não intencionais (como a exploração casual de conteúdos), o que reforça seu papel como um espaço híbrido de aprendizagem e sociabilidade. Além disso, os estudos de Masciantonio e Bourguignon (2023, 2024) destacam que a expressão emocional e a curadoria de identidade são motivações-chave, alinhadas à perspectiva, anteriormente citada, de Guattari (1992) sobre a produção da subjetividade mediada por dispositivos tecnológicos.

A integração entre GC e redes sociais, conforme proposto por Choo (2006), revela que essas plataformas facilitam a circulação de saberes de forma orgânica, muitas vezes baseada em laços sociais e afetivos. No entanto, também se observam desafios, como a superficialidade nas interações e a potencial dependência do meio virtual (Young, 2011) que podem impactar negativamente a qualidade do conhecimento compartilhado e a saúde emocional dos usuários.

Nesse contexto, os resultados analisados permitem avançar para uma compreensão mais aprofundada desses ambientes como espaços de produção e conversão de conhecimento, nos quais os jovens não apenas consomem informações, mas atuam ativamente na sua reelaboração e disseminação. Tal dinâmica pode ser interpretada tendo em vista o modelo de criação do conhecimento de Nonaka e Takeuchi (1997), especialmente no que se refere à interação entre conhecimento o tácito e o explícito, evidenciada nas práticas de compartilhamento de experiências, opiniões e conteúdos nas plataformas digitais. Ademais, a recorrência de comportamentos como a curadoria de identidade, a busca por validação e a participação em fluxos contínuos de informação reforça a compreensão de que as redes sociais operam como ecossistemas de inteligência coletiva (Lévy, 1999), nos quais o conhecimento emerge da interação entre sujeitos conectados. Dessa forma, os achados do estudo não apenas evidenciam os padrões de uso, mas também confirmam a centralidade das redes sociais nos processos contemporâneos de construção, compartilhamento e apropriação do conhecimento em ambientes virtuais, em consonância com o objetivo geral da pesquisa.

Em síntese, esta pesquisa reforça a complexidade do fenômeno, demonstrando que as redes sociais são ambientes multifacetados, onde motivações individuais e processos coletivos de construção de conhecimento se entrelaçam. É possível clarificar isto pelos seguintes pontos de interface e convergência entre os estudos encontrados: 1) Motivações de Uso como Eixo Analítico Central; 2) Comportamento Informacional e Apresentação de Si; 3) Influência de Traços de Personalidade e Fatores Contextuais; 4) Expressão Emocional, em articulação com os condicionantes sociotécnicos da plataforma; e 5) Especificidades das Plataformas e dos Recursos.

No primeiro eixo, referente às Motivações de Uso como Eixo Analítico Central (1), destaca-se o trabalho de Mark *et al.* (2023), que foca na validação pessoal e fortalecimento de laços no Instagram, dialoga diretamente com a escala de motivações proposta por Masciantonio e Bourguignon (2023). A escala mais ampla pode confirmar se essas motivações específicas do Instagram são proeminentes em comparação com outras plataformas ou se são

facetas de construtos motivacionais mais gerais. Os estudos de Menon (2022a, 2022b) também exploram motivações, que podem incluir entretenimento, autoexpressão, busca por popularidade – ligada à validação pessoal de Mark *et al.* (2023) – e conexão social. A idade contextual e o narcisismo são apresentados como fatores que moldam essas motivações.

No segundo eixo, Comportamento Informacional e Apresentação de Si (2), há Marcella-Hood e Marcella (2023) que investigam o comportamento informacional (intencional e não intencional) no Instagram. Isso se conecta com as motivações: a busca por informação pode ser uma motivação em si (por exemplo, seguir influenciadores para dicas, notícias) ou um subproduto da busca por conexão ou entretenimento. A forma como os usuários se apresentam e expressam emoções, analisada por Masciantonio e Bourguignon (2024), é crucial para o comportamento informacional. A tendência a uma maior positividade no Instagram pode influenciar o tipo de informação compartilhada e consumida, possivelmente levando a uma percepção enviesada da realidade.

Para o terceiro, Influência de Traços de Personalidade e Fatores Contextuais (3), dois estudos de Menon (2022a, 2022b) destacam o papel do narcisismo e da idade contextual no uso de *Stories* e *Reels*. Indivíduos com traços narcisistas mais elevados podem usar esses recursos para autopromoção e busca por validação, alinhando-se com a motivação de validação pessoal de Mark *et al.* (2023). A idade contextual sugere que a percepção de adequação e as normas sociais percebidas para diferentes faixas etárias em contextos online influenciam o comportamento. Isso pode modular tanto as motivações quanto a forma de expressão emocional.

A categoria “Expressão Emocional, em articulação com os condicionantes sociotécnicos da plataforma” (4) apresenta o estudo de Masciantonio e Bourguignon (2024), que investiga a expressão emocional por meio da comparação entre Instagram e Twitter. Suas descobertas sobre uma possível maior positividade no Instagram podem ser explicadas pelas motivações de uso – validação pessoal, como em Mark *et al.* (2023) – e pela natureza visual da plataforma, que favorece uma autoapresentação idealizada. Isso também se relaciona com o comportamento informacional de Marcella-Hood e Marcella (2023), pois a informação predominantemente positiva pode ser um tipo de informação não proposital que molda a percepção dos usuários sobre os outros e sobre o mundo.

Em relação às Especificidades das Plataformas e dos Recursos (5), destaca-se a comparação entre plataformas em Masciantonio e Bourguignon (2023) e Menon (2022b), e o

foco em recursos específicos como *Reels* (Menon, 2022a) e *Stories* (Menon, 2022b), ressaltam que, embora existam motivações e comportamentos gerais, as características de cada plataforma e seus diferentes formatos (*posts*, *stories*, *reels*, mensagens diretas) criam nichos de uso e satisfazem necessidades distintas. Por exemplo, a busca por validação (Mark *et al.*, 2023) pode se manifestar de forma diferente em um *post* permanente no *feed*, em um *story* efêmero ou em um *reel* com conteúdo viral.

A contínua relevância de novos estudos sobre as motivações e comportamentos em redes sociais reside na natureza dinâmica e em constante evolução dessas plataformas e na sua profunda integração na vida quotidiana. À medida que surgem novas funcionalidades, como as exploradas nos trabalhos de Menon (2022b) sobre *reels* e *stories*, e que as normas de utilização se alteram, torna-se crucial investigar como estas mudanças impactam as motivações dos utilizadores, desde a busca por validação pessoal e conexão, como apontado por Mark *et al.* (2023), até comportamentos informacionais específicos, como os de Marcella-Hood e Marcella (2023), a sua expressão emocional, conforme investigado por Masciantonio e Bourguignon (2024) e a influência de traços de personalidade e fatores contextuais.

Compreender essas interações em evolução não só aprofunda o nosso conhecimento sobre o comportamento humano em ambientes digitais, mas também informa sobre o bem-estar dos utilizadores, o design ético das plataformas e as implicações sociais mais amplas da comunicação mediada pela tecnologia, o que nos permite enxergar o prisma desse debate diante da sua interface com a GC.

Ao analisar as motivações de uso do Instagram sob a ótica da Ciência da Informação, observa-se que a plataforma não atua meramente como um suporte tecnológico, mas como um complexo regime informacional. Nesse espaço, as interações juvenis são moldadas por uma arquitetura que privilegia o compartilhamento orgânico e a construção social do conhecimento, alinhando-se à perspectiva de que a informação só adquire valor e sentido por meio da apropriação social.

Conforme analisam Vitorino e Piantola (2020), no contexto da cultura digital, a mediação exige que o sujeito desenvolva competências para lidar com fluxos de informação que são, simultaneamente, mediados por tecnologias e por relações sociais. No Instagram, os algoritmos e os recursos visuais (como *reels* e *stories*) funcionam como filtros mediadores que selecionam e priorizam conteúdos, influenciando diretamente o que o sujeito conhece e como ele se informa. Diante desse contexto, os achados nos demonstram que o comportamento

informacional da geração Z no Instagram é caracterizado por um fluxo entre a busca deliberada e a descoberta casual (serendipidade). Essa dinâmica evidencia o papel da plataforma como agente de mediação infocomunicacional.

Essa mediação infocomunicacional também incide sobre a apresentação de si e sobre os modos de validação social no Instagram, aproximando-se do que se pode denominar subjetividade informacional. Segundo Araújo e Ramos (2025), a subjetividade na era digital é atravessada por dispositivos informacionais que moldam a percepção que o indivíduo tem de si e do outro, transformando a construção da identidade do jovem em um processo mediado por dados e métricas de engajamento. No contexto do Instagram, o conhecimento tácito, ou seja, as vivências, emoções e o cotidiano do jovem, é convertido em conhecimento explícito e visualmente compartilhável, submetendo a subjetividade a um regime de visibilidade constante. Portanto, a contribuição científica deste estudo para a Ciência da Informação reside em evidenciar como as plataformas digitais reconfiguram os processos de circulação de saberes, transformando a sociabilidade virtual em um ecossistema de inteligência coletiva e gestão colaborativa do conhecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização contínua das redes sociais entre a juventude tem crescido nos últimos tempos, convertendo-se em um fenômeno social com diversas ramificações, com efeitos sociais, como os estudados aqui. Tais plataformas digitais passaram a intermediar e, frequentemente, a remodelar a forma como os indivíduos desenvolvem suas identidades, estabelecem laços e manifestam suas emoções perante a sociedade.

A subjetividade é imbricada por múltiplos mecanismos sociais e midiáticos, que configuram as vivências pessoais e coletivas. Sob essa ótica, as redes sociais emergem como ambientes dinâmicos nos quais as maneiras de ser, pensar e agir são constantemente negociadas, exercendo influência sobre condutas e expectativas, principalmente entre os mais novos. A virtualidade, concebida como uma potência em permanente atualização, não se contrapõe ao real, mas ao atual, conceito que auxilia na compreensão de como os jovens transitam entre o universo físico e o digital em busca de acolhimento e validação.

Contudo, o emprego excessivo dessas plataformas tem sido associado a alterações emocionais e comportamentais, como dificuldades de interação no âmbito familiar e escolar,

sobretudo quando ocorre a privação do acesso. Conforme observado na literatura, os adolescentes podem desenvolver uma relação de dependência com o meio virtual, utilizando-o como um refúgio diante de conflitos sociais ou afetivos. Tais ocorrências revelam a complexidade das relações estabelecidas no ambiente virtual das redes sociais, demandando uma análise mais aprofundada das motivações que levam adolescentes e jovens adultos a se engajar de maneira tão intensa nas redes sociais.

Entretanto, apesar do debate acerca dos efeitos das redes sociais, constata-se uma escassez de estudos que abordem de forma sistemática os motivos que sustentam esse uso intenso, com foco especial no Instagram, atualmente uma das redes sociais mais populares junto a esse *target*. Adicionalmente, percebe-se a oportunidade de investigar como essas práticas de interação digital se conectam aos processos de construção e disseminação do saber nesses espaços sociais virtuais.

Dessa maneira, o propósito deste estudo foi o de examinar artigos que investigam as motivações que impulsionam o uso das redes sociais, com ênfase no Instagram, sendo 1) Motivações de Uso como Eixo Analítico Central; 2) Comportamento Informacional e Apresentação de Si; 3) Influência de Traços de Personalidade e Fatores Contextuais; 4) Expressão Emocional e Condicionantes Sociotécnicos da Plataforma; e 5) Especificidades das Plataformas e dos Recursos.

Diante de um contexto em que as mídias sociais se estabeleceram como espaços privilegiados de mediação de interações como troca de informações, expressão individual e interação social, que constituem as redes sociais, tornando-se cruciais para a sociabilidade, entende-se que elas não apenas intermediam relacionamentos, mas também modelam identidades, comportamentos e percepções. Nesse sentido, compreender as motivações que levam os adolescentes e jovens adultos a utilizarem essas plataformas com tanta frequência permite também elucidar os significados que atribuem à própria experiência do convívio social e as influências desses meios de comunicação nas maneiras como seus usuários se relacionam.

A esse cenário, adiciona-se a perspectiva da GC, que reconhece o papel das redes sociais na propagação de saberes e na formação de significados coletivos. Atualmente, elas representam os agentes que criam, geram e disseminam conhecimento, reforçando a ideia de que o conhecimento se estabelece a partir da construção social.

Assim, investigar os fatores que motivam o uso das redes sociais por adolescentes e jovens adultos, sob a ótica da GC, possibilita não somente compreender seus

comportamentos individuais, mas também refletir sobre como essas interações informais contribuem para a circulação de saberes e a formação de laços sociais e cognitivos que caracterizam essa geração. A ampliação desta pesquisa em outras bases é uma sugestão de pesquisa futura para ampliar os achados aqui expressos.

FINANCIAMENTO

Agências Financiadoras: CAPES e CNPq.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel; MARTONI BRANCO, Pedro Paulo (org.). **Retratos da juventude brasileira**: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005. p. 369-447. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/wp-content/uploads/2009/06/17-Retratos-da-juventude-brasileira.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2026.

AGUIAR, Sonia. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007. **Anais [...]**. Santos: Intercom, 2007. p. 1-15. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1977-1.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2026.

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de; RAMOS, Rubem Borges Teixeira. O sujeito informacional no contexto da Ciência da Informação: perspectivas epistemológicas a partir da relação sujeito-informação-realidade. **Revista EDICIC**, San José, CR, v. 5, n. 1, e-3036, p. 1-17, 2025. DOI: 10.62758/re.306. Disponível em: <https://ojs.edicic.org/revistaedicic/article/view/306>. Acesso em: 16 abr. 2026.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BOYD, Danah M. **It's Complicated**: The Social Lives of Networked Teens. New Haven: Yale University Press, 2014.

CAIO, Belandi. 161,6 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade utilizaram a Internet no país em 2022. **Agência IBGE de Notícias**, 19 abr. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38307-161-6-milhoes-de-pessoas-com-10-anos-ou-mais-de-idade-utilizaram-a-internet-no-pais-em-2022>. Acesso em: 12 maio 2025.

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

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **TIC Domicílios**: coletivo de imprensa. São Paulo: Cetic.br, 2025. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2025_principais_resultados.pdf. Acesso em: 12 maio 2025.

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

DRESCH, Aline; LACERDA, Daniel Pacheco; ANTUNES JUNIOR, José Antonio Valle. **Design science research**: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Porto Alegre: Bookman, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Trad. Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Claudia Leão, São Paulo: Ed. 34, 1992. (Coleção TRANS). Disponível em: <https://miriamgrossi.paginas.ufsc.br/files/2013/02/Caosmose.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2026.

JENKINS, Henry *et al.* **Confronting the challenges of participatory culture**: media education for the 21st century. Cambridge, MA: MIT Press, 2009. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>. Disponível em: <https://direct.mit.edu/books/oa-monograph/3204/Confronting-the-Challenges-of-Participatory>. Acesso em: 12 maio 2025.

KITCHENHAM, Barbara *et al.* Systematic literature reviews in software engineering—a systematic literature review. **Information and software technology**, v. 51, n. 1, p. 7-15, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2008.09.009>. Disponível em: <http://romisatriawahono.net/lecture/rm/survey/software%20engineering/Tertiary%20Study%20and%20Systematic%20Review%20Methods/Kitchenham%20-%20Systematic%20literature%20reviews%20in%20software%20engineering%20-%202009.pdf>. Acesso em: 12 maio 2025.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução: Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed ; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. (Coleção TRANS).

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

MARCELLA-HOOD, Madeleine; MARCELLA, Rita. Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram. **Journal of Librarianship and Information Science**, v. 55, n. 3, p. 634-657, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/09610006221097974>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/09610006221097974>. Acesso em: 12 maio 2025.

MARK, Juliette *et al.* Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships. **Online Journal Communication and Media Technologies**, v. 13, n. 2, e202315, p. 1-9, 2023. DOI: <https://doi.org/10.30935/ojcmct/13014>. Disponível em: <https://www.ojcmct.net/download/motivations-for-instagram-use-personal-validation-and-enhancing-close-relationships-13014.pdf>. Acesso em: 12 maio 2025.

MASCIANTONIO, Alexandra; BOURGUIGNON, David. Motivation scale for using social network sites: Comparative study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn. **Psychologica Belgica**, v. 63, n. 1, p. 30-43, 2023. DOI:

<https://doi.org/10.5334/pb.1161>. Disponível em:

<https://psychologicabelgica.com/articles/10.5334/pb.1161>. Acesso em: 12 maio 2025.

MASCIANTONIO, Alexandra; BOURGUIGNON, David. 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. DOI:

<https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2236935>. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2023.2236935>. Acesso em: 16 abr. 2026.

MENON, Devadas. Factors influencing Instagram Reels usage behaviours: An examination of motives, contextual age and narcissism. **Telematics and Informatics Reports**, v. 5, art. 100007, p. 1-10, Mar. 2022a. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100007>. Disponível

em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503022000056?via%3Dihub>. Acesso em: 16 abr. 2026.

MENON, Devadas. 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, e09412, p. 1-11, May 2022b. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09412>.

Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844022007009>. Acesso em: 16 abr. 2026.

MORAES, Ligia. Excesso de redes sociais está associado a 45% dos casos de ansiedade em jovens. **Veja**, [s.l.], 15 nov. 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.

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

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

TURNER, Anthony. Generation Z: Technology and social interest. **The Journal of Individual Psychology**, v. 71, n. 2, p. 103-113, Summer, 2015. DOI:

<https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/article/586631>. Acesso em: 16 abr. 2026.

VITORINO, Elizete Vieira; PIANTOLA, Daniela. **Competência em informação**: conceito, contexto histórico e olhares para a Ciência da Informação. Florianópolis: Editora da UFSC, 2020. *E-book*. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/212553>. Acesso em: 16 abr. 2026.

YOUNG, Kimberly S. Avaliação clínica de clientes dependentes de internet. In: YOUNG, Kimberly S.; ABREU, Cristiano Nabuco de. **Dependência de internet**: manual e guia de

avaliação e tratamento. Tradução: Maria Adriana Veríssimo Varonese. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 35-54.

Declaração de Contribuição dos Autores

Sabrina Sales Rosa – Conceptualização – Curadoria dos Dados – Análise Formal – Investigação – Metodologia – Administração do Projeto – Recursos – Supervisão – Validação – Visualização – Escrita (rascunho original) – Escrita (análise e edição).

Lucas Coimbra de Araújo – Análise Formal – Metodologia – Escrita (análise e edição).

Fábio Corrêa – Conceptualização – Análise Formal – Supervisão – Validação.

Nair Prata Moreira Martins – Análise Formal – Supervisão – Validação.

Frederico Giffoni de Carvalho Dutra – Análise Formal – Supervisão – Validação.

Como citar o artigo

ROSA, Sabrina Sales; ARAÚJO, Lucas Coimbra de; CORRÊA, Fábio; MARTINS, Nair Prata Moreira; DUTRA, Frederico Giffoni de Carvalho. Além do Like: a Influência das Redes Sociais no Comportamento Informacional da Juventude Brasileira. **Revista Informação na Sociedade Contemporânea**, Natal, RN, v. 10, p. e42728, 2026. DOI: <https://doi.org/10.21680/2447-0198.2026v10n1ID42728>.

Editora de seção

Dra. Nancy Sánchez Tarragó  