

RELAÇÃO ENTRE USO DAS REDES SOCIAIS E ENGAJAMENTO ACADÊMICO¹

RELATIONSHIP BETWEEN THE USE OF SOCIAL MEDIA AND ACADEMIC ENGAGEMENT

VICTOR HUGO VASCONCELOS AGUIAR

Universidade Federal de Viçosa - Campus Rio Paranaíba
E-mail: victor.h.aguiar@ufv.br

VAGNER ALVES ARANTES

Universidade Federal do Paraná (UFPR)
E-mail: vagner.arantes@ufpr.br

MARIA AUXILIADORA DA SILVA

Universidade Federal de Viçosa - Campus Rio Paranaíba
E-mail: mauxiliadora@ufv.br

RESUMO

O presente estudo teve por objetivo analisar a relação entre o uso das redes sociais e o engajamento acadêmico de estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação. Este estudo classificou-se como uma abordagem quantitativa de característica descritiva. Foram aplicados questionário entre estudantes de graduação que foi disponibilizado em grupos de Facebook para os estudantes de contabilidade e de outras áreas de diferentes universidades do Brasil, além de ser encaminhado e-mail aos estudantes convidando-os para participar da pesquisa. A coleta de dados foi constituída por três blocos (frequência e intensidade de uso das redes sociais, engajamento acadêmico e características sociodemográficas) tendo obtido 201 respostas válidas no ano de 2021. Os resultados indicaram que o uso das redes sociais *Snapchat*, *Facebook* e *Whatsapp* estão positiva e significativamente relacionados com algumas assertivas de engajamento acadêmico. O que sugere que apesar do uso desses aplicativos, os estudantes conseguem se manter concentradas nas atividades acadêmicas. Porém ao se falar do *Instagram*, os dados apontaram uma relação significativa e negativa com algumas assertivas de engajamento acadêmico, indicando que o uso intensivo da rede pode afetar o engajamento acadêmico. Espera-se que os achados desse estudo possam servir de ponto de partida para o alinhamento das metodologias de ensino e tecnologia, minimizando o impacto negativo do uso das redes sociais no engajamento acadêmico.

Palavras-chave: Tecnologia, Concentração, Universitários.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the relationship between the use of social networks and the academic engagement of students regularly enrolled in undergraduate courses. This study was classified as a quantitative approach with a descriptive characteristic. A questionnaire was administered to undergraduate students, which was made available in Facebook groups for accounting students and other areas from different universities in Brazil, in addition to an email being sent to the students inviting them to participate in the research. Data collection consisted of three blocks (frequency and intensity of use of social networks, academic engagement and sociodemographic characteristics) obtaining 201 valid responses in 2021. The results indicated that the use of social networks *Snapchat*, *Facebook* and *Whatsapp* are positively and significantly related to some academic engagement statements. This suggests that despite using these applications, students are able to remain focused on academic activities. However, when talking about *Instagram*,

¹ DOI: <https://doi.org/10.5935/2763-9673.20230011>

the data showed a significant and negative relationship with some statements about academic engagement, indicating that intensive use of the network can affect academic engagement. It is hoped that the findings of this study can serve as a starting point for aligning teaching methodologies and technology, minimizing the negative impact of the use of social networks on academic engagement.

Key Words: Technology, Concentration, College students.

1. INTRODUÇÃO

Com o advento da *internet* as redes sociais apareceram como uma grande ferramenta de relacionamento social. Essa ferramenta tem estado presente em praticamente todos ambientes de convivência, seja em ambientes familiares, de trabalho, de relacionamento e até mesmo em ambientes de ensino e aprendizagem (BARBOSA, 2010). Para Barbosa e Batista (2011) as redes sociais têm a finalidade de facilitar a interação social, para isso ela utiliza de diferentes mecanismos de compartilhamento como *blogs*, *wikis*, e também plataformas de redes para propagar suas mídias de textos, áudios, vídeos ou fotos.

A comunicação através das redes sociais é um fenômeno que vem se expandindo rapidamente e alterando também a natureza dos relacionamentos sociais. Esse grande alcance praticamente em tempo real das redes sociais como por exemplo o Youtube, levaram aos docentes a repensarem também sua forma de educar seus alunos (SILVA; NETO; ANJOS; MIRANDA, 2012). Para Paura e Gaspar (2017), até os sites de relacionamento abraçaram a mobilidade virtual e investiram nos aplicativos para seus produtos. Com esses aplicativos, os usuários passaram a ter acesso imediato as redes de relacionamento que essas empresas fornecem através de seus *smartphones*.

Datereportal (2020) indica que as medidas de distanciamento social impostas pela pandemia da Covid 19 impactaram no uso da *internet*. Com mais pessoas em casa devido às recomendações de distanciamento social, elas passaram a ficar mais tempo conectadas às redes sociais. Conseqüentemente, as instituições de ensino superior substituíram as aulas presenciais por aulas *online*, onde as redes sociais foram incorporadas às atividades acadêmicas se tornando o principal meio de comunicação entre alunos e professores (DOSEA *et al.*, 2020)

Segundo Alegria (2019) as redes sociais são consideradas um dos principais meios de comunicação entre jovens. Para o autor, a maioria dos jovens utiliza as redes sociais durante longos períodos de tempo para realizar todo um conjunto de atividades que, por vezes, influenciam o tempo que estes despendem em outras atividades que não envolvem o contato com estes dispositivos.

Rangel e Miranda (2016) apontam que o uso contínuo das redes sociais podem afetar o desempenho acadêmico dos estudantes pelo fato do aluno não conseguir realizar mais de uma tarefa ao mesmo tempo, como estudar e navegar nas redes sociais. Segundo Zagonel *et al.* (2018) o ingresso do estudante na vida

acadêmica traz consigo mudanças significativas, que estão ligadas ao modelo de ensino-aprendizagem, bem como à rotina com que o aluno se depara.

Para Pereira *et al.* (2015) é importante discutir o engajamento dos alunos nas atividades da escola, pois o consideram como um aspecto fundamental para uma boa formação acadêmica. Segundo Silva *et al.* (2018) o engajamento acadêmico pode ser definido pelo envolvimento e pela eficácia ao desempenhar determinada atividade, uma vez que seus valores são considerados seja no ambiente de trabalho ou nos estudos. As pessoas engajadas se sentem conectados às suas atividades e as percebem como um desafio positivo.

Dessa forma, é necessário que o uso das redes sociais seja feita de forma adequada, pois conforme Rangel e Miranda (2016), elas têm se tornado cada vez mais populares entre os jovens, e seu uso excessivo pode ser prejudicial para os alunos, proporcionando um excesso de liberdade na internet e diminuindo o engajamento por outras atividades, como o estudo. Ao se passar muito tempo na internet o indivíduo deixa de fazer coisas que fazia anteriormente como a leitura de livros e a produção de textos. Gasque (2016) ainda cita que com o advento das redes sociais, o cérebro humano passou a reter menos informações, pois sabe que as respostas estão ao alcance de alguns cliques.

Diante de tantas mudanças provocadas pela inserção das redes sociais na sociedade e o engajamento dos alunos, surge a inquietação: Qual a relação entre o uso das redes sociais e o engajamento acadêmico de estudantes de graduação? Com isso, o objetivo da pesquisa é analisar a relação entre o uso das redes sociais e o engajamento acadêmico. Para tanto, aplicou-se questionário entre estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação, tanto na área de negócios quanto em outras áreas de ensino. O instrumento de pesquisa foi disponibilizado nas redes sociais, em grupos do *Facebook*, no *Instagram* e por e-mail.

Essa questão pode contribuir tanto para os docentes, que terão a oportunidade de saber o impacto do uso dessas ferramentas no cotidiano de seus alunos, bem como para os discentes, uma vez que esses necessitam constantemente se organizar para lidar com tarefas complexas que possuem, muitas vezes, prazos simultâneos.

Lima *et al.* (2019) considera que a utilização das redes sociais é um fato social consolidado e em evolução constante. Por isso é importante compreender melhor os efeitos adversos das redes sociais e do uso da internet na cognição e saúde humana

a partir da ideia de que as tecnologias transcendem a relação sujeito-objeto e modificam a estrutura de conhecimento (GASQUE, 2016). Destaca-se então, uma significativa contribuição de estudos sobre a relação entre o engajamento dos estudantes e o uso das redes sociais, por se tratarem de temas recentes no meio universitário. Tais contribuições acadêmicas desse estudo podem servir de ponto de partida para o alinhamento das metodologias de ensino e tecnologia.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O Uso das Redes Sociais e o Engajamento Acadêmico

Segundo Barbosa e Batista (2011) as redes sociais são recursos online de interação social que permite compartilhar opiniões, conceitos, ideias, experiências, perspectivas e conteúdo de forma colaborativa. As redes sociais se fazem presentes nas diferentes esferas da sociedade e se expandiram a partir dos avanços da tecnologia da informação e da possibilidade de acesso a aparelhos eletrônicos, como computadores, *smartphones* ou *tablets* (JÚNIOR *et al.*, 2014).

A importância das redes sociais pode ser quantificada pela abrangência alcançada em número de pessoas conectadas. O *Hootsuite*, por exemplo, que é um sistema norte-americano especializado em gestão de marcas de mídia social, realizou um levantamento em 2019 em que constatou que mais de 4,30 bilhões de pessoas estão conectadas à internet ao redor do mundo, o equivalente a mais de 57% da população. Desse total 3,80 bilhões de pessoas são usuários de alguma rede social. Os dados também demonstram que 5,10 bilhões de pessoas conectam-se à internet pelo aparelho celular e, desse total, 3,2 bilhões são usuários ativos em redes sociais.

O levantamento ainda aponta que as redes sociais de maior alcance em termos de usuários conectados são: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Youtube* e *Linkedin*. O *Facebook*, além de se manter como a rede social mais utilizada no mundo em 2019, conseguiu o cadastro de mais de 37 milhões de novos usuários em relação ao levantamento anterior, chegando a mais de 2 bilhões de pessoas cadastradas. O *Instagram*, por sua vez, possui mais de 1 bilhão de perfis ativos, enquanto o *Twitter* vem perdendo cadastros ativos.

Segundo o *Hootsuite* (2019) o *Twitter* perdeu mais de 9 milhões de perfis entre 2018 e 2019. Já o *Whatsapp* é considerado a rede social de mensagens mais

acessada, atingindo cerca de 1,5 bilhões de usuários espalhados em 170 países. O *Youtube* é outra mídia social que está em ascensão já que em 2019 alcançou mais de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente. O *LinkedIn* detém a menor marca de usuários, ao manter 660 milhões de perfis. Este resultado pode estar associada à característica profissional desta rede social (HOOTSUITE, 2019).

Para além das redes sociais que visam conectar pessoas entre atividades pessoais e profissionais, as redes de relacionamento também destacam-se em termos de acesso e atendem a públicos distintos. Dentre as redes de relacionamento afetivo destacam-se o *Tinder*, *Happn* e *Badoo* que atendem, majoritariamente, ao público heterossexual, enquanto as redes como *grindr*, *scruff*, *hornet* são destinados ao público homossexual. Segundo Paura e Gaspar (2017), as redes de relacionamentos permitem estabelecer conexões que podem gerar experiências e novos estímulos. Para além disto, os algoritmos permitem estabelecer perfis de conexões semelhantes aos desejados pelos indivíduos que procuram algum tipo de envolvimento amoroso.

Segundo Closson e Bond (2019), os indivíduos utilizam diferentes tipos de mídias para satisfazer suas necessidades pessoais que tangenciam à gratificação profissional, emocional ou social. Para tanto, os agentes que utilizam as redes sociais simultaneamente podem dedicar esforços e longos períodos de tempo para manterem-se conectados, o que pode conduzir a efeitos diversos no comportamento das atividades profissionais, pessoais ou acadêmicas.

Nesse contexto, destacam-se os efeitos das redes sociais no comportamento dos estudantes de graduação. Segundo Sarquis e Sehnem (2014), os discentes estão inseridos em um mundo integrado dentro de ambientes tecnológicos o que também impacta diretamente a sua postura e posicionamento dentro do ambiente acadêmico.

Silva *et al.* (2012) reforça esta argumentação ao sugerir que os graduandos possuem habilidades múltiplas no que tange execução de diversas tarefas em paralelo, como por exemplo, utilizar as redes sociais e realizar tarefas acadêmicas. No entanto, tal comportamento pode impactar o engajamento acadêmico, já que a atenção do estudante pode estar centrada nas redes sociais (GASQUE, 2016).

O engajamento acadêmico pode ser definido como a relação que se estabelece entre o aluno e uma atividade escolar e a medida da motivação dos alunos a aprender e a ter um desempenho satisfatório na escola (FREDRICKS; BLUMENFELD; PARIS, 2004).

Fredricks *et al.* (2004) define o engajamento em três níveis: comportamental, emocional e cognitivo. O nível comportamental se relaciona à participação, às iniciativas dos alunos diante de uma atividade e à capacidade de observar e respeitar normas estabelecidas em sala de aula. Já o nível emocional está associado aos interesses, valores e emoções, como: identificação com o estilo de uma atividade, ansiedade, tédio ou felicidade. Por fim, no nível cognitivo situam-se os investimentos pessoais, esforços e disposições que se destinam à aprendizagem e ao domínio do conhecimento.

Em uma mesma atividade acadêmica pode haver momentos de engajamento pautado pelas proposições do professor, engajamento pautado pelos interesses dos próprios alunos ou, mesmo, falta de engajamento. A maneira como a atividade é proposta, portanto, é uma das componentes do contexto (JULIO; VAZ; FAGUNDES, 2011).

Para Silva *et al.* (2018) engajamento é motivacional e, portanto, positivo, de natureza social, composto por fatores de conduta. Uma vez que a motivação é importante para o engajamento escolar, ela é vista como um processo que permite a dedução de comportamentos como: o esforço e persistência, metas que fornecem força e direção para uma ação, além de atividade mental ou física (PEREIRA; VALLE; WILLIAMS, 2015).

Segundo Batista (2010), os alunos atualmente são pouco motivados e interessados no contexto de sala de aula, mas são considerados ativos em ambientes de aprendizagem informal, principalmente no ambiente de redes sociais. Para atingir estes fins, algumas instituições optaram por oferecer educação por meio de ambientes virtuais, que possibilitassem aulas remotas ou até mesmo o ensino a distância (GARRIDO; GARRIDO, 2020).

Nessa linha, Rangel e Miranda (2016) citam que a dificuldade de os alunos manterem a atenção está relacionada com a sobrecarga de informações e o uso de redes sociais como *Instagram* e o *Twitter*. Desta forma, o uso intensivo das redes sociais pode induzir a uma sobrecarga de informações, ou seja, pode induzir ao déficit de atenção por parte dos alunos e, assim, impactar negativamente o engajamento acadêmico.

Com o fácil acesso e as diversas funcionalidades presentes nas páginas virtuais, presume-se que o acesso excessivo de alunos durante o período letivo de aulas seja prejudicial ao desempenho acadêmico. Algumas pesquisas revelaram que

o uso do Facebook em sala de aula para fins não acadêmicos foi negativamente associado ao ajuste acadêmico e ao apego à universidade, além dos efeitos da procrastinação e o envolvimento acadêmico (HOFMANN; REINECKE; MEIER, 2016).

Segundo Reinecke e Eden (2016) o uso dessas ferramentas podem ser uma fonte de recuperação do estresse e tensão, reabastecendo recursos esgotados e atendendo às necessidades de gratificação do usuário. Dessa forma, é necessário que o uso das redes sociais seja feita de forma adequada, pois conforme Rangel e Miranda (2016), elas têm se tornado cada vez mais populares entre os jovens, e seu uso excessivo pode ser prejudicial para os alunos, proporcionando um excesso de liberdade na internet e diminuindo o engajamento acadêmico.

2.2. Pesquisas Correlatas

O uso cotidiano das redes sociais por estudantes de graduação vem se tornando objeto de análise por pesquisadores recentemente. Os esforços despendidos concentram a análise em entender os efeitos do tempo dedicado às redes sociais no desempenho e no engajamento acadêmico (BORGES *et al.*, 2005; JÚNIOR *et al.*, 2014; JÚNIOR, 2014; GASQUE, 2016; RANGEL; MIRANDA, 2016; SILVA *et al.*, 2018; MEDEIROS *et al.*, 2019).

Os resultados convergem para os efeitos negativos produzidos pelo uso intensivo das redes sociais durante os cursos de graduação já que inibem a realização das múltiplas atividades acadêmicas, como também centralizam a atenção às necessidades emocionais e pessoais. Desta forma, destaca-se, a seguir, os principais achados da literatura.

Borges *et al.* (2005) buscam em seu estudo, analisar os efeitos de um ambiente de aprendizagem sobre o engajamento comportamental, o engajamento cognitivo e sobre a aprendizagem no curso de física. Os resultados apontam que o ambiente de aprendizagem projetado tem algumas das características desejáveis, mas que ele tem um efeito perverso sobre os estudantes mais vocacionados para o estudo de física.

Júnior *et al.* (2014) analisaram a utilização das redes sociais pelos alunos do programa de mestrado em administração de uma instituição de ensino superior comunitária, localizada no Estado de Santa Catarina. Os resultados apontaram que a instituição pesquisada está presente em cinco redes sociais (*Twitter, Facebook,*

YouTube, Orkut e Flickr), que grande parte dos alunos pesquisados utilizam mídias sociais com elevada frequência semanal, que as redes sociais mais acessadas são *Facebook, YouTube e LinkedIn*, e que os conteúdos mais procurados pelos alunos são notícias, tecnologias, atualidades, vídeos e informações acadêmicas.

Júnior (2014) trabalhou em seu estudo, o impacto das redes sociais no processo de ensino aprendizagem. Ele identificou as vantagens e desvantagens da implementação das ferramentas no processo de ensino aprendizagem, apresentando tendências e as realidades sociais dos alunos que estão cada vez mais inseridos nesse contexto. Já Gasque (2016) aponta a importância do papel proativo dos bibliotecários no processo formativo dos usuários para o letramento informacional, o que inclui saber usar efetivamente e de maneira crítica as redes sociais.

Rangel e Miranda (2016) investigam se o uso de redes sociais influencia no desempenho acadêmico de alunos do curso de graduação em Contabilidade. Os autores chegaram a conclusão que a utilização de redes sociais durante o período letivo não influencia significativamente o desempenho dos alunos. Porém, pode-se verificar que a motivação está diretamente relacionada ao rendimento acadêmico dos estudantes do curso de Ciências Contábeis, no que diz respeito à percepção de motivação, à familiaridade com recursos tecnológicos e ao uso de aplicativos.

Silva *et al.* (2018) observaram o engajamento dos estudantes no ensino superior na área da saúde. Os autores perceberam que os alunos engajados se sentem muito conectados às atividades, percebendo-as como um desafio positivo. Os estudantes que participaram desta pesquisa mostraram-se engajados, sobretudo aqueles que cursam Medicina e Enfermagem, casados, com filhos, que dedicam grande parte de seu tempo aos estudos, que trabalham e que praticam atividades de lazer. O conhecimento sobre esse tema possibilitou um novo olhar sobre o contexto acadêmico, os mecanismos de adaptação do estudante ao ensino superior e a necessidade da proximidade do docente como mediador e da universidade como base do processo.

Medeiros *et al.* (2019) analisaram a relação entre o comportamento procrastinador acadêmico e o uso de tecnologias de informação e comunicação com o desempenho acadêmico de discentes, tendo como enfoque alunos dos cursos de Administração e Ciências. Esse estudo apontou que quanto maior o uso das tecnologias de informação como por exemplo as redes sociais para o lazer durante o

dia, maior o impacto negativo no desempenho acadêmico, indicando também que o estudante com tal comportamento possui uma maior tendência a procrastinar.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No intuito de analisar a relação entre o uso de redes sociais e o engajamento dos alunos de graduação, a presente pesquisa pode ser classificada como descritiva, de abordagem quantitativa. Para tanto, aplicou-se questionário entre estudantes de graduação que foi disponibilizado em grupos de Facebook para os estudantes de contabilidade e de outras áreas de diferentes universidades do Brasil, também foi encaminhado e-mail aos estudantes convidando-os para participar da pesquisa. O questionário ficou disponível entre as datas 20/03/2021 e 20/04/2021. Foram alcançadas 209 respostas, sendo que 201 questionários foram considerados válidos para a composição deste estudo, como demonstra a Tabela 1.

Tabela 1 – Definição da Amostra

Questionários	N.
Amostra inicial	209
(-) Respondentes que não aceitaram participar da pesquisa	-3
(-) Respondentes que não usam as redes sociais	-2
(-) Questionários inválidos	-3
Amostra final	201

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Para a coleta de dados utilizou-se de questionário foi elaborado no Google Forms e disponibilizado de maneira *online* aos estudantes. Além disto, o questionário foi validado por três especialistas da área contábil, sendo dois doutorandos e um mestrando que sugeriram alterações na redação das questões, o que foi aceito.

O instrumento de coleta de dados foi constituído por três blocos. A primeira capta a frequência e a intensidade de uso das redes sociais. Enquanto a frequência foi captada pelo percentual de respostas para cada alternativa, a intensidade foi mensurada por uma escala de 11 pontos, sendo que 0 representava a menor intensidade e o 10 a maior intensidade de uso das redes sociais. Este bloco foi estruturado a partir dos estudos de Silva *et al.* (2012) Rangel e Miranda (2016) e Medeiros *et al.* (2019). A Tabela 2 apresenta as questões que compõem este bloco.

Tabela 2 – Frequência e Intensidade de uso das redes sociais

Questões	Escala
1 Frequência você usa as redes sociais (dias na semana)	Frequência
2 Horas por dia de uso das redes sociais	
3 Período de maior uso das redes sociais	
4 Intensidade de uso das Redes sociais	0 a 10 pontos
a) Facebook/Messenger	
b) Instagram	
c) LinkedIn	
d) Whatsapp	
e) Snapchat	
f) Youtube	
g) Twitter	
h) Tumblr	

Fonte: Adaptado de Silva *et al.* (2012) Rangel e Miranda (2016) e Medeiros *et al.* (2019).

O segundo bloco analisa o engajamento acadêmico entre os estudantes de graduação pautado em 16 assertivas propostas por Schaufeli e Bakker (2004). Os autores captam em que medida os respondentes concordam com as assertivas sobre engajamento durante os cursos de graduação. A Tabela 3 apresenta as assertivas que compõem o segundo bloco.

Tabela 3 - Engajamento acadêmico

Sigla	5. Assertivas	Escala
A1	As minhas tarefas como aluno fazem-me sentir cheio(a) de energia.	0 a 10 pontos
A2	Creio que o meu curso tem significado.	
A3	O tempo passa voando quando estou a realizar as minhas tarefas como aluno.	
A4	Sinto-me com força e energia quando estou a estudando ou vou às aulas.	
A5	Estou entusiasmado(a) com o meu curso.	
A6	Esqueço tudo o que se passa em torno de mim quando estou concentrado(a) nos meus estudos.	
A7	Os meus estudos inspiram-me coisas novas.	
A8	Quando me levanto de manhã, tenho desejo em ir para as aulas ou estudar.	
A9	Sinto-me feliz quando estou fazendo tarefas relacionadas com os meus estudos.	
A10	Estou orgulhoso(a) de fazer este curso.	
A11	Estou imerso nos meus estudos.	
A12	As minhas tarefas como aluno não me cansam.	
A13	O meu curso é desafiante para mim.	
A14	Deixo-me ir quando realizo as minhas tarefas como aluno.	
A15	Sou uma pessoa com força para enfrentar as minhas tarefas como aluno.	
A16	Sinto-me envolvido(a) no meu curso.	

Fonte: Adaptado de Schaufeli e Bakker (2004).

O terceiro bloco, por sua vez, capta as características sociodemográficas dos respondentes e estão dispostas na Tabela 4.

Tabela 4 – Características Sociodemográficas

6	Gênero
	Feminino
	Masculino
	Agênero
	Prefiro não responder
7	Idade

8	Etnia	
	Amarela	Parda
	Branca	Preta
	Indígena	
9	Curso	
10	Período letivo	
11	Instituição de Ensino	
	Universidade Federal	IFET
	Universidade Estadual	Rede Privada
12	Estado Civil	
	Solteiro(a)	Viúvo(a)
	Casado(a)	Outro(a)
	Divorciado(a)	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os dados foram analisados pela estatística descritiva e análise de correlação entre as assertivas e a intensidade de uso das redes sociais. Para tanto, utilizou-se do Microsoft Excel e do SPSS, versão 22.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados foram analisados pela estatística descritiva e pela análise de correlação de *Sperman* já que os dados não correspondem a uma distribuição normal. Portanto, cabem dados não paramétricos, como a correlação de *Sperman*. Para tanto, foram utilizados o Microsoft Excel e o SPSS, versão 22, para tratamento e análise dos dados.

4.1. Perfil dos Respondentes

Na Tabela 5 são apresentadas informações referentes ao perfil dos respondentes, sendo eles divididos em dois grupos: alunos de negócios e alunos de outras áreas. São expostos os percentuais referentes ao sexo, faixa etária, estado civil, período predominantemente cursado e a instituição de ensino.

Tabela 5 – Perfil dos respondentes

Gênero	Negócios		Outras áreas		Período	Negócios		Outras áreas	
	N.	Fe	N.	Fe		N.	Fe	N.	Fe
Masculino	32	48,48%	55	40,74%	1o Período	2	3,03%	27	20,00%
Feminino	34	51,52%	79	58,52%	2	3	4,55%	7	5,19%
Outro	0	0,00%	1	0,74%	4	8	12,12%	9	6,67%

Idade									
(Média)	23		23	4	6	9,09%	17	12,59%	
Etnia				5	10	15,15%	26	19,26%	
Amarela	2	3,03%	1	0,74%	6	5	7,58%	9	6,67%
Branca	31	46,97%	81	60,00%	7	10	15,15%	11	8,15%
Indígena	0	0,00%	0	0,00%	8	16	24,24%	8	5,93%
Parda	24	36,36%	45	33,33%	9	5	7,58%	7	5,19%
Preta	9	13,64%	8	5,93%	10	1	1,52%	14	10,37%
Estado Civil					Instituição de ensino				
Solteiro	60	90,91%	118	87,41%	Univ.Federal	59	89,39%	112	82,96%
Casado	3	4,55%	11	8,15%	Univ.Estadu		0,00%	3	2,22%
Separado	0	0,00%	0	0,00%	al	0			
Viúvo	0	0,00%	1	0,74%	Inst.Federal	0	0,00%	2	1,48%
Outro	3	4,55%	5	3,70%	Privada	7	10,61%	18	13,33%

Fonte: Dados da pesquisa

Nota-se, a partir da Tabela 5, que a amostra do estudo é composta, majoritariamente, de mulheres, percentual de 51,52% entre os bacharéis na área de negócios e 58,52% em outras áreas. Com relação a etnia e o estado civil, o perfil dos respondentes são em sua maioria branca e solteiro. A grande parte dos alunos atuam em universidade federal, sendo o 8º período predominante entre os graduandos em negócios com média de 24,24% dos alunos, e em outras áreas 1º período com cerca de 20% dos alunos. Ademais, a idade média dos participantes é de 23 anos.

4.2. Estatística Descritiva

A seguir, a Tabela 6 reporta as estatísticas descritivas que representaram a frequência e o momento do uso das redes sociais por parte dos alunos.

Em relação a frequência de uso, vemos que 97% dos estudantes utilizam as redes sociais 7 dias por semana e 3% utilizam 6 dias por semana, indicando alunos com tendência à frequência semanal alta no uso das redes sociais. Silva *et al.* (2012) apontou em seu estudo que em média, os estudantes utilizavam as redes sociais durante 2 horas por dia, já no presente estudo, cerca de 40% dos respondentes apontaram usar em média 3 a 6 horas por dia, 7% utilizam de 9 a 12 horas por dia e 3% apontam utilizar de 15 a 18 horas por dia, sendo o período noturno, com percentual de 68%, o momento preferido pelos alunos para utilização das redes sociais.

Tabela 6 – Frequência de uso das redes sociais

Horas por dia	N.	%	Frequência de uso	N.	%	N.
Até 3 horas	49	24%	1 dia por semana	0	0%	49
3 - 6 horas	81	40%	2 dias por semana	1	0%	81
6-9 horas	42	21%	3 dias por semana	0	0%	42
9-12 horas	14	7%	4 dias por semana	0	0%	14
12-15 horas	7	3%	5 dias por semana	0	0%	7
15-18 horas	7	3%	6 dias por semana	6	3%	7
18-21 horas	1	0%	7 dias por semana	194	97%	1
21-24 horas	0	0%				0
Momentos	N.	%		N.	%	N.
Manhã	13	6%	Noite	137	68%	13
Tarde	48	24%	Madrugada	3	1%	48

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Os resultados expostos apresentam semelhanças com os estudos de Silva *et al.* (2012), Junior *et al.* (2014) e Rangel e Miranda (2016) que evidenciaram um alto uso diário de redes sociais por parte dos alunos.

Na Tabela 7 foram apresentados as estatísticas descritivas que representaram a intensidade do uso das redes sociais e das redes de relacionamento por parte dos alunos. São apresentadas informações referentes a média e desvio padrão dos alunos de negócios e alunos de outras áreas, baseada em uma escala que varia de 0 (menor intensidade) a 10 (maior intensidade).

Dentre as redes sociais mais utilizadas pelos graduandos estão o Whatsapp com médias de intensidade variando de 9,36 para alunos de negócios e 8,41 para alunos de outras áreas, logo após o Instagram com 8,18 e 7,21 e o Youtube com 7,09 e 6,81. Já o Facebook perdeu bastante espaço, contrariando o estudo de Medeiros *et al.* (2019) que apontava a rede social como umas das mais acessadas pelos alunos. Neste estudo ela apresentou médias de 3,53 para estudantes de negócios e 3,25 para estudantes de outras áreas, perdendo até para o Twitter. As redes sociais *Snapchat* e *Tumblr* possuem níveis muito baixo de acessos por partes dos estudantes de graduação. A rede social voltada para os negócios *LinkedIn*, apresentou uma média de 1,95 para os estudantes de negócios e 1,55 para os estudantes de outras áreas.

Tabela 7 – Estatística descritiva da intensidade de uso das redes sociais

Negócios		Outras áreas	
Média	Desvio-Padrão	Média	Desvio-Padrão

Facebook	3,53	3,01	3,25	3,08
Instagram	8,18	2,55	7,21	3,28
Linkedin	1,95	2,70	1,55	2,54
Whatsapp	9,36	1,27	8,41	2,15
Snapchat	0,79	2,11	0,34	1,07
YouTube	7,09	2,73	6,81	2,81
Twitter	3,83	3,95	3,65	4,04
Tumblr	0,17	0,87	0,33	1,42
Tinder	0,85	1,89	0,75	1,73
Happn	0,12	0,57	0,09	0,46
Badoo	0,06	0,30	0,09	0,52
AdoteUmCara	0,05	0,21	0,03	0,17
ParPerfeito	0,05	0,21	0,01	0,12
Grindr	0,02	0,12	0,11	0,61
Hornet	0,03	0,17	0,02	0,15
Scruff	0,02	0,12	0,02	0,15
Femme	0,18	1,24	0,01	0,09
Her	0,05	0,21	0,04	0,19
Bumble	0,02	0,12	0,01	0,17

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Com relação as redes de relacionamento temos o *Tinder* e a *Happn* como as redes preferidas entre os estudantes, porém, estão bem longe do alcance das redes sociais como o *Whatsapp* e o *Instagram*. O *Tinder* apresenta médias de 0,85 entre os estudantes de negócios e 0,75 entre os estudantes de outras áreas, já a *Happn* apresenta 0,12 e 0,09 de média. A rede relacionamento *Grindr* é mais acessada por alunos de outras áreas, enquanto a rede *Femme* é predominante entre os estudantes de negócios.

A Tabela 8 traz as estatísticas descritivas que representaram as assertivas sobre o engajamento acadêmico. São apresentadas informações referentes a média e desvio padrão dos alunos de negócios e alunos de outras áreas, baseada em uma escala que varia de 0 (menor intensidade) a 10 (maior intensidade).

Segundo a assertiva A2, grande parte dos respondentes creem que seu curso tem algum significado, média de intensidade de 8,83 para alunos de negócios e 9,03 para os alunos de outras áreas, além de se sentirem envolvidos com o seu curso conforme a intensidade indicada na assertiva A16. No que tange aos itens A5, A10 e A15 observa-se um alto grau de entusiasmo, orgulho e força dos estudantes em relação ao seu curso de graduação.

Tabela 8 – Estatística descritiva das assertivas sobre engajamento acadêmico

	Negócios		Outras áreas	
	Média	Desvio-Padrão	Média	Desvio-Padrão
A1	5,24	2,34	5,75	2,53
A2	8,83	1,83	9,03	1,63

A3	6,44	2,84	6,53	2,83
A4	5,89	2,58	5,98	2,48
A5	7,47	2,47	7,64	2,44
A6	5,45	3,08	5,17	2,85
A7	7,29	2,13	7,74	2,19
A8	4,09	3,15	4,90	3,09
A9	5,83	2,67	6,59	2,42
A10	8,18	2,36	8,62	2,16
A11	5,50	2,82	6,05	2,79
A12	3,68	2,96	3,36	2,68
A13	7,18	2,52	8,04	1,98
A14	5,74	2,71	5,83	2,59
A15	7,44	2,46	6,85	2,55
A16	7,53	2,28	7,20	2,73

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

No entanto, as assertivas A12 e A8 indicam que os alunos se sentem cansados ao realizarem suas tarefas como alunos, principalmente no período da manhã, confirmando os estudos de (BATISTA, 2010; SILVA *et al.*, 2018). O item A12 apresentam alunos cansados ao realizarem suas tarefas, tendo uma intensidade de 3,68 para alunos de negócios e de 3,36 para alunos de outras áreas. Já o item A8, indica que o horário da manhã, é o momento em que os alunos apresentam menor desejo em ir para as aulas ou estudar, uma intensidade que varia de 4,09 para alunos de negócios e 4,90 para alunos de outras áreas.

4.3. Matriz de Correlação

A matriz de correlação entre a intensidade do uso das redes sociais e as assertivas de engajamento acadêmico estão dispostas na Tabela 9.

Victor Hugo Vasconcelos Aguiar, Vagner Alves Arantes e Maria Auxiliadora da Silva
RELAÇÃO ENTRE USO DAS REDES SOCIAIS E ENGAJAMENTO ACADÊMICO

Tabela 9 – Matriz de correlação

	Face	Insta	Link	Whats	Snap	YT	Tw	Tum	Tind	Happ	Bad	Adote	ParPerf	Grin	Horn	Scruff	Fem	Her	Bumb	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16
Face	1,000	-.100	.039	.268**	-.048	.068	-.055	.148*	.159*	-.027	-.012	.060	.060	.106	.108	-.038	.116	.005	.082	.200**	.017	.132	.175*	.004	.076	.071	.050	.145*	.017	.068	-.006	.076	.219**	.098	.085
Insta	-.100	1,000	.169*	.184**	.128	-.158*	.135	-.067	-.012	.020	-.008	.000	.018	-.139*	-.051	.079	-.009	.024	.000	.020	.090	-.172*	-.077	.064	-.112	-.038	-.134	-.140**	.016	-.065	-.138	-.188**	-.174*	.021	.080
Link	.039	.169*	1,000	.249**	-.153*	.011	.193**	.010	-.063	.084	.163*	.102	.050	.063	.092	-.002	.059	.054	.083	.120	-.043	-.089	.032	.061	.172*	.068	.070	.034	-.048	.040	.070	-.077	-.173*	.100	.045
Whats	.268**	.184**	.249**	1,000	.129	.026	.145*	-.028	-.036	.033	.070	.126	.094	.111	.038	-.076	.075	.139*	.020	.149*	-.003	.062	.117	.084	.067	.111	.103	.044	.044	.103	.016	.054	.074	.288**	.094
Snap	.048	.128	.153*	.129	1,000	.027	.164*	.046	.028	-.091	-.018	.001	.028	-.020	.028	.046	.158*	.200**	.105	.126	.042	.146*	.162*	.071	.244**	.067	.158*	.146*	.057	.178*	.110	.088	.142*	.017	.037
YT	.068	-.158*	.011	.026	.027	1,000	-.040	.071	.020	-.132	-.031	-.106	-.107	.010	.013	-.050	-.085	-.128	-.098	.076	.033	-.002	.016	-.019	.010	.083	.051	.090	-.054	.075	.037	.020	.161*	.039	-.115
Tw	-.055	.135	.193**	.145*	.164*	-.040	1,000	.141*	.060	-.036	-.094	-.098	-.115	-.079	-.115	-.094	-.001	.158*	-.033	.019	.028	-.059	.007	.098	-.009	.069	-.036	.050	.041	.007	.020	-.005	.014	.036	.096
Tum	.148*	.067	.010	.028	.046	.071	.141*	1,000	-.094	.015	.030	.050	-.044	.030	.076	-.039	-.039	-.056	-.027	-.074	-.092	-.035	.049	.043	-.058	.040	.062	.013	-.009	.051	-.038	.010	-.013	-.029	-.033
Tind	.159*	-.012	-.063	-.036	.028	.020	.060	-.094	1,000	.082	.121	.024	-.002	.180*	-.002	.016	-.109	.026	.074	-.097	-.156*	-.044	-.066	-.130	-.150**	.068	-.220**	-.056	-.093	-.099	-.024	-.028	-.039	-.127	-.102
Happ	.027	.020	.084	.033	.091	-.132	-.036	.015	.082	1,000	.378**	.436**	.253**	.370**	.253**	.291**	.289**	.402**	.433**	-.005	.012	-.056	.001	.070	.034	.027	.008	.035	-.050	-.107	.015	.024	-.039	-.059	.001
Bad	.012	-.008	.163*	.070	-.018	-.031	-.094	.030	.121	.378**	1,000	.488**	.283**	.542**	.283**	.324**	.322**	.209**	.477**	.142*	.017	.073	.102	.125	.076	.069	.103	.086	.061	.069	.161*	.065	.110	.070	.065
Adote	.060	.000	.102	.126	.001	-.106	-.098	.050	.024	.436**	.488**	1,000	.492**	.608**	.318**	.362**	.360**	.239**	.528**	-.014	.017	-.084	-.019	.009	-.016	.012	-.032	-.060	-.088	-.103	-.077	-.071	.062	.025	
ParPerf	.060	.018	.050	.094	.028	-.107	-.115	-.044	-.002	.253**	.283**	.492**	1,000	.424**	.385**	.435**	.432**	.294**	.628**	-.026	-.076	-.001	.052	.073	.070	-.009	.115	.107	.001	.026	.116	.046	.083	.061	.063
Grin	.106	-.139*	.063	.111	-.020	.010	-.079	.030	.180*	.370**	.542**	.608**	.424**	1,000	.424**	.310**	.308**	.200**	.458**	.083	.008	-.065	.044	.005	.049	.065	.059	.112	-.045	-.047	.113	-.041	.025	-.045	.041
Horn	.108	-.051	.092	.038	.028	.013	-.115	.076	-.002	.253**	.283**	.318**	.385**	.424**	1,000	.435**	.432**	.294**	.628**	-.013	-.056	-.014	.021	-.077	.040	-.029	.045	.006	-.113	-.009	.073	-.033	.034	-.036	-.060
Scruff	-.038	.079	-.002	-.078	.046	-.050	-.094	-.039	.016	.291**	.324**	.362**	.435**	.310**	.435**	1,000	.487**	.335**	.704**	.005	.030	-.014	-.108	-.008	-.085	.011	-.005	-.093	.045	-.136	.053	.048	.062	-.014	.099
Fem	.116	-.009	.059	.075	.158*	-.085	-.001	-.039	.109	.289**	.322**	.360**	.432**	.308**	.432**	1,000	.515**	.700**	.128	.031	.062	.096	.082	.064	.064	.072	.100	.046	.058	.139*	.086	.134	.106	.099	
Her	.005	.024	.054	.139*	.200**	-.128	.158*	-.056	.026	.402**	.209**	.239**	.294**	.200**	.294**	.335**	.515**	1,000	.492**	.027	.038	-.025	-.017	.148*	-.050	.012	.006	.034	.070	.007	.069	.077	.013	.046	.079
Bumb	.082	.000	.083	.020	.105	-.098	-.033	-.027	.074	.433**	.477**	.528**	.628**	.458**	.628**	.704**	.700**	.492**	1,000	.041	-.044	-.053	-.027	-.010	-.056	-.047	.015	.003	-.030	-.058	.038	-.002	.032	.009	.010
A1	.200**	.020	.120	.149*	.126	.076	.019	-.074	-.097	-.005	.142*	-.014	-.026	.083	-.013	.005	.128	.027	.041	1,000	.360**	.457**	.634**	.437**	.370**	.362**	.373**	.490**	.314**	.440**	.431**	.127	.394**	.441**	.357*
A2	.017	.090	-.043	-.003	.042	.033	.028	-.092	-.156*	.012	.017	.017	-.076	.008	-.056	.030	.031	.038	-.044	.360**	1,000	.241**	.235**	.523**	.126	.328**	.132	.284**	.505**	.211**	.194**	.109	.231**	.276**	.473*
A3	.132	-.172*	-.089	.062	.146*	-.002	-.059	-.035	-.044	-.056	.073	-.084	-.001	.065	-.014	-.114	.062	-.025	-.053	.457**	.241**	1,000	.534**	.322**	.327**	.361**	.312**	.451**	.314**	.477**	.288**	.288**	.434**	.437**	.327*
A4	.175*	-.077	.032	.117	.162*	.016	.007	.049	-.066	.001	.102	-.019	.052	.044	.021	-.108	.096	-.017	-.027	.634**	.235**	.534**	1,000	.508**	.525**	.508**	.601**	.600**	.396**	.524**	.371**	.285**	.490**	.587**	.424*
A5	.004	.064	.061	.084	.071	-.019	.098	.043	-.130	.070	.125	.009	.073	.005	-.077	-.008	.082	.148*	-.010	.437**	.523**	.322**	.508**	1,000	.379**	.527**	.400**	.442**	.715**	.545**	.341**	.261**	.409**	.420**	.727*
A6	.076	-.112	.172*	.067	.244**	.010	-.009	-.058	-.150*	.034	.076	-.016	.070	.049	.040	-.085	.064	-.050	-.056	.370**	.126	.327**	.525**	.379**	1,000	.399**	.590**	.543**	.333**	.553**	.348**	.209**	.410**	.326**	.299*
A7	.071	-.038	.068	.111	.067	.083	.069	.040	.068	.027	.069	.012	-.009	.065	-.029	.011	.064	.012	-.047	.362**	.328**	.361**	.508**	.527**	.399**	1,000	.427**	.498**	.444**	.456**	.374**	.292**	.453**	.508**	.279*
A8	.050	-.134	.070	.103	.158*	.051	-.036	.062	-.220**	.008	.103	-.032	.115	.059	.045	-.005	.072	.006	.015	.373**	.132	.312**	.601**	.400**	.590**	.427**	1,000	.516**	.344**	.556**	.359**	.380**	.507**	.406**	.355*
A9	.145*	-.140*	.034	.044	.146*	.090	.050	.013	-.056	.035	.086	-.060	.107	.112	.006	-.093	.100	.034	.003	.490**	.284**	.451**	.600**	.442**	.543**	.498**	.516**	1,000	.469**	.519**	.395**	.256**	.504**	.401**	.355*
A10	.017	.016	-.048	.044	.057	-.054	.041	-.009	-.093	-.050	.061	-.088	.001	-.045	-.113	.045	.046	.070	-.030	.314**	.505**	.314**	.396**	.715**	.333**	.444**	.344**	.469**	1,000	.482**	.211**	.246**	.367**	.362**	.670*
A11	.068	-.065	.040	.103	.178*	.075	.007	.051	-.099	-.107	.069	-.103	.026	-.047	-.009	-.136	.058	.007	-.058	.440**	.211**	.477**	.524**	.545**	.553**	.456**	.556**	.519**	.482**	1,000	.375**	.320**	.519**	.404**	.464*
A12	-.006	-.138	.070	.016	.110	.037	.020	-.038	-.024	.015	.161*	-.013	.116	.113	.073	.053	.139*	.069	-.038	.431**	.194**	.288**	.371**	.341**	.348**	.374**	.359**	.395**	.211**	.375**	1,000	.116	.426**	.288**	.313*
A13	.076	-.188**	-.077	.054	.088	.020	-.005	.010	-.028	.024	.065	-.077	.046	.141	-.033	-.048	.086	.077	-.002	.127	.109	.288**	.285**	.261**	.209**	.292**	.380**	.256**	.246**	.320**	.116	1,000	.415**	.273**	.177*
A14	.219**	-.174*	.173**	.074	.142*	.161*	.014	-.013	-.039	-.039	.110	-.071	.083	.025	.034	.062	.134	.013	-.032	.394**	.231**	.434**	.490**	.410**	.453**	.507**	.504**	.504**	.367**	.519**	.426**	.415**	1,000	.456**	.380**
A15	.098	.021	.100	.288**	.017	.039	.036	-.029	-.127	-.059	.070	.062	.061	-.045	-.036	-.014	.106	.046	.009	.441**	.276**	.437**	.587**	.420**	.326**	.508**	.406**	.401**	.362**	.404**	.288**	.273**	.456**	1,000	.424*
A16	.085	.080	.045																																

Os resultados sugerem que o uso das redes sociais está positiva e significativamente relacionado com algumas assertivas de engajamento acadêmico. Esse efeito é predominante quando os alunos utilizam as redes sociais *Snapchat*, *Facebook* e *Whatsapp*. Para o *Snapchat*, nota-se que seu uso está associado as assertivas A3, A4, A6, A8, A9, A11, A14, o que sugere que apesar do uso desse aplicativo, os estudantes conseguem manter concentração nas atividades acadêmicas. A A6, por exemplo, indica que os estudantes esquecem o que acontece em seu entorno para concentrar esforços nos estudos.

Comportamento semelhante é identificado entre o uso do Facebook e o engajamento acadêmico sendo que os respondentes tendem a possuir maior correlação entre ambas atividades. O efeito é notável para as assertivas A1, A4, A9 e A14, sendo que a primeira e a última assertiva apresentam maior correlação e indicam que o tempo de uso no Facebook não interfere nas tarefas acadêmicas (A1 e A14). O uso do *Whatsapp*, por sua vez, está positivamente correlacionado as assertivas A1 e A15 e indicam que o canal de comunicação online também não impede o desenvolvimento das atividades acadêmicas.

O resultado anunciado pode ser explicado pelo intenso uso das redes sociais como canal de comunicação entre estudantes e professores durante a pandemia do COVID-19. No cenário da pandemia, as instituições de ensino superior substituíram as aulas presenciais por aula online e as redes sociais foram incorporadas às atividades acadêmicas. Destaca-se, inclusive, o uso de grupos no Facebook e no *Whatsapp* como canal de comunicação e interação entre estudantes, docentes e as comunidades acadêmicas.

Por outro lado, o *Instagram* apresentou relação significativa e negativa com algumas assertivas de engajamento acadêmico, como em A3, A9, A13 e A14. O resultado apresenta evidências de que o aumento da intensidade de uso do *Instagram* está inversamente relacionada ao desenvolvimento das tarefas acadêmicas (A1), à dedicação aos estudos (A4), à felicidade no desempenho das atividades sugeridas pelos docentes (A9) e à concentração (A14). O resultado é particularmente interessante visto que sugere que a rede social pode reter maior atenção dos estudantes e, talvez, reduzir os esforços acadêmicos.

O achado também apresenta evidências de que os graduandos possuem habilidades múltiplas no que tange a execução de diversas tarefas em paralelo, como por exemplo, utilizar as redes sociais e realizar tarefas acadêmicas (SILVA; NETO;

ANJOS; MIRANDA, 2012). Porém, para Gasque (2016) tal comportamento pode impactar o engajamento acadêmico já que a atenção do estudante pode estar centrada nas redes sociais.

Nessa linha, Rangel e Miranda (2016) citam que a dificuldade de os alunos manterem a atenção está relacionada com a sobrecarga de informações e o uso de redes sociais como por exemplo o *Instagram*. Desta forma, o uso intensivo das redes sociais pode induzir a uma sobrecarga de informações, ou seja, pode induzir ao deficit de atenção por parte dos alunos e, assim, impactar negativamente o engajamento acadêmico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi verificar os efeitos do uso das redes sociais no engajamento acadêmico de estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação. Nesse sentido, foram coletados dados de 201 estudantes de contabilidade e de estudantes de outras áreas de diferentes universidades do Brasil. Para a análise dos dados, foram conduzidas estatística descritiva e análise de correlação de *Sperman* já que os dados não correspondem a uma distribuição normal.

As estatísticas descritivas indicaram que a maioria dos estudantes utilizam redes sociais praticamente todos os dias da semana, sendo o período noturno, o momento favorito entre eles. Dentre as redes sociais mais utilizadas pelos alunos estão: o *Whatsapp*, *Instagram* e o *Youtube*. Já entre as redes de relacionamento podemos apontar o *Tinder* e a *Happn*. Essas redes sociais indicam uma sobrecarga de informações, além de tomar bastante tempo dos alunos, podendo vir a afetar o engajamento acadêmico.

As assertivas descritivas apontaram que grande parte dos alunos entendem que seu curso possui algum significado, além de apresentarem entusiasmo, orgulho e força em relação ao seu curso de graduação. Porém, os alunos se sentem cansados ao realizarem suas tarefas acadêmicas, além de não apresentarem tanta energia para assistir aulas ou estudar durante o período da manhã.

Em relação a correlação de *Sperman*, observou-se que o uso das redes sociais estão positiva e significativamente relacionada com algumas assertivas de engajamento acadêmico. Esse efeito é predominante quando os alunos utilizam as redes sociais *Snapchat*, *Facebook* e *Whatsapp*. O que sugere que apesar do uso

desses aplicativos, os estudantes conseguem se manter engajadas nas atividades acadêmicas. Porém ao se falar do *Instagram*, os dados apontaram uma relação significativa e negativa com algumas assertivas de engajamento acadêmico. Os resultados apresentam evidências de que o aumento da intensidade de uso do *Instagram* está inversamente relacionada ao desenvolvimento das tarefas acadêmicas. Com o foco voltado para o *Instagram*, os estudantes diminuem sua dedicação aos estudos e a felicidade no desempenho das atividades sugeridas pelos docentes, prejudicando diretamente o seu desempenho acadêmico.

Tais resultados anunciados podem ser explicado pelo intenso uso das redes sociais como canal de comunicação entre estudantes e professores durante a pandemia do COVID-19. No cenário da pandemia, as instituições de ensino superior substituíram as aulas presenciais por aula online e as redes sociais foram incorporadas às atividades acadêmicas.

Os achados são similares aos de Júnior *et al.* (2014), Rangel e Miranda (2016) e Medeiros *et al.* (2019) elencados no referencial teórico, indicando que a utilização das redes sociais é um fato social consolidado e em constante evolução. Embora se tenha a disputa por atenção do aluno com as demais possibilidades de uso, as redes sociais estão contidas na forma de estudo dos alunos, como ferramentas de auxílio ao aprendizado e, talvez, no desempenho acadêmico. No entanto, é necessário ficar atento ao uso excessivo das redes para intuídos diferentes aos do estudo, o que pode vir a afetar negativamente o engajamento acadêmico dos estudantes, confirmando o estudo de (SILVA *et al.*, 2018).

Espera-se que os achados deste estudo possam contribuir com essas instituições, incluindo seus diretores, coordenadores e docentes, para auxílio nas proposições de ações no ambiente acadêmico, viabilizando a elaboração de planos e estratégias pedagógicas mais adequadas às necessidades dos alunos, minimizando o impacto negativo do mau uso das redes sociais sobre os resultados dos discentes, aumentando o engajamento acadêmico.

Ainda, os achados desta pesquisa também podem ser considerados úteis para os próprios estudantes avaliarem o impacto do uso intensivo das redes sociais, de modo que possam melhor aproveitar o seu tempo, dentro e fora da sala de aula, destinando-o adequadamente para o cumprimento de seus compromissos acadêmicos, maximizando a possibilidade de alcance de seus objetivos.

Sugere-se como pesquisas futuras abordar impactos das redes sociais no processo de ensino e aprendizagem dos estudantes do ensino superior, captando não apenas a percepção dos alunos, mas também a dos docentes da área. Outro trabalho seria analisar quais as redes sociais utilizadas pelos docentes para o ensino remoto durante a pandemia da Covid 19, identificando os prós e contras destas redes.

REFERÊNCIAS

ALEGRIA, A. S. P. **Relação entre a utilização de redes sociais e a literacia em saúde mental positiva de jovens**: um estudo exploratório sobre o Instagram. 2019. Tese de Doutorado.

BARBOSA, C. C. Apropriação das Mídias Sociais como recurso no processo ensino-aprendizagem. **Anais ... 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação: redes sociais e aprendizagem**. Anais eletrônicos, Recife, PE, 2010.

BARBOSA, J. S. D; BATISTA, D. L. As mídias sociais na educação. **V colóquio internacional “Educação e contemporaneidade”**. 2011.

BISSOLOTTI, K; NOGUEIRA, H. G.; PEREIRA, A. T. C. Potencialidades das mídias sociais e da gamificação na educação a distância. **RENOTE-Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 12, n. 2, 2014.

BORGES, O.; JÚLIO, J. M.; COELHO, G. R. Efeitos de um ambiente de aprendizagem sobre o engajamento comportamental, o engajamento cognitivo e sobre a aprendizagem. **Encontro de Pesquisa em Ensino de Ciências**, v. 5, 2005.

CERVO, A. L; BERVIAN, P. A; **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall.(2002)

DOSEA, G. S. *et al.* Métodos ativos de aprendizagem no ensino online: a opinião de universitários durante a pandemia de COVID-19. **Interfaces Científicas-Educação**, v. 10, n. 1, p. 137-148, 2020.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FREDRICKS, J. A.; BLUMENFELS, P. C.; PARIS, A. H. School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. **Review of Educational Research**, v. 74. n. 1, p. 59-109, 2004.

GARRIDO, R. G.; GARRIDO, F. S. R. G. COVID-19: um panorama com ênfase em medidas restritivas de contato interpessoal. **Revista Interfaces Científicas – Saúde e Ambiente**, v. 8, n. 2, p. 127-141, 2020. DOI: 10.17564/2316-3798.2020v8n2p127-141. Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/index.php/saude/article/view/8640>> Acesso em: 16 set. 2020.

GASQUE, K. C. G. D. Internet, mídias sociais e as unidades de informação: Foco no ensino-aprendizagem. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, v. 10, n. 2, 2016.

GOUVEIA, R. S. V. **Engajamento escolar e depressão**: um estudo correlacional com crianças e adolescentes. (Tese de doutorado não publicada), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil. 2009.

HOFMANN, W.; REINECKE, L.; MEIER, A. Of sweet temptations and bitter aftertaste: Self-control as a moderator of the effects of media use on well-being. In L. REINECKE.; M. B. OLIVER (Eds.). **O manual Routledge sobre o uso da mídia e bem-estar: perspectivas internacionais sobre a teoria e pesquisa sobre os efeitos positivos da mídia**. Nova York: Routledge. 2016. p. 211–222.

JULIO, J.; VAZ, A.; FAGUNDES, A. Atenção: alunos engajados – análise de um grupo de aprendizagem em atividade de investigação. **Ciência & Educação**, v. 17, n. 1, p. 63-81, 2011.

JÚNIOR, P. E. G. Impacto das mídias sociais no processo de ensino aprendizagem. **Revista Eletrônica Saberes da Educação**, v. 5, n. 1-2014, p. 2-10, 2014.

JÚNIOR, V. R. *et al.* Uso de mídias sociais no setor de ensino superior. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação (Brazilian Journal of Management & Innovation)**, v. 1, n. 2, 2014.

KEMP, S. **Digital 2020**: July global Statshot. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>> Acesso em: 20 de out, 2020.

LIMA, S. L. L. *et al.* As mídias sociais são um problema? A percepção dos discentes sobre as estratégias de ensino em contabilidade. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 14, n. 2, p. 87-106, 2019.

MATTOS, B. **Conheça a demografia das mídias sociais de 2019**. Disponível em: <<https://www.twist.systems/pt-br/blog/2020/01/29/demografia-das-midias-sociais-de-2019/>>. Acesso em: 18 de out, 2020.

MEDEIROS, K. E. B.; ANTONELLI, R. A.; PORTULHAK, H. Desempenho acadêmico, procrastinação e o uso de tecnologias de informação e comunicação: uma investigação com estudantes da área de negócios. **Revista Gestão Organizacional**, v. 12, n. 1, 2019.

NASCIMENTO, E. R.; PADILHA, M. A. Aprendizagem por meio do ensino híbrido na educação superior: narrando o engajamento dos estudantes. **Revista Diálogo Educacional**, v. 20, n. 64, 2020.

PAURA, M. D. C.; GASPAR, D. Os relacionamentos amorosos na era digital: Um estudo de caso do site par perfeito. **Revista Estação Científica**, v. 17, p. 1-19, 2017.

PEREIRA, A. C. S.; VALLE, J. E.; WILLIAMS, L. C. A. Escala de Engajamento Escolar: análise de características psicométricas. **Avaliação psicológica**, v. 14, n. 2, p. 207-212, 2015.

RANGEL, J. R.; MIRANDA, G. J. Desempenho acadêmico e o uso de redes sociais. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 11, n. 2, 2016.

REINECKE, L., & EDEN, A. Media use and recreation: Media-induced recovery as a link between media exposure and well-being. In: L. REINECKE.; M. B. OLIVER (Eds.). **The Routledge Handbook of Media Use and Well-Be**: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects. Nova York: Routledge. Crossref. 2016. p. 106-117.

RIBEIRO, F. *et al.* Comportamento procrastinador e desempenho acadêmico de estudantes do curso de ciências contábeis. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v. 7, n. 3, p. 386-406, 2014.

SASSI, C. P. *et al.* **Modelos de regressão linear múltipla utilizando os softwares R e STATISTICA**: uma aplicação a dados de conservação de frutas. 2012.

SILVA, D. J. C. *et al.* **Redes Sociais e o Desempenho Acadêmico**: Um Estudo com Alunos de Contabilidade. 2012.

SILVA, J. O. M. D. *et al.* Engajamento entre Estudantes do Ensino Superior nas Ciências da Saúde (Validação do Questionário Utrecht Work Engagement Scale (UWES-S) com Estudantes do Ensino Superior nas Ciências da Saúde). **Revista Brasileira de Educação Médica**, v. 42, n. 2, p. 15-25, 2018.

TAGIAROLI, G. **Brasil tem 10 milhões de usuários no Tinder; criador explica sucesso do app**. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/23/brasil-tem-10-milhoes-de-usuarios-do-tinder-criador-explica-sucesso-do-app.htm>>. Acesso em: 08/04/2021.

TECCHIO, M. **Quarentena movimentada**: apps comoTinder e Happn têm aumento de acessos. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/05/13/durante-isolamento-apps-como-tinder-e-happn-registram-aumento-nas-interacoes>>. Acesso em: 08 de out, 2020.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Intuições essenciais sobre como as pessoas no mundo utilizam a internet, dispositivos móveis, mídias sociais, e e-commerce digital 2019**. Disponível em: <<https://p.widencdn.net/kqy7ii/Digital2019-Report-en>>. Acesso em: 18 de out, 2020.