



Vitor Relva

A partilha de informação e aquisição de conhecimento nas Redes Sociais: a utilização do Facebook e do Google+ pelos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Dissertação de Mestrado em Informação, Comunicação e Novos Media,
orientada pela Doutora Maria Manuel Borges, apresentada à Faculdade
de Letras da Universidade de Coimbra

Setembro 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

A partilha de informação e aquisição de conhecimento nas Redes Sociais: a utilização do Facebook e do Google+ pelos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Tipo de trabalho	Dissertação de Mestrado
Título	A partilha de informação e aquisição de conhecimento nas Redes Sociais: a utilização do Facebook e do Google+ pelos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Autor/a	Nome do/a Autor/a: Vitor Relva
Orientador/a	Nome do/a Orientador/a: Professora Doutora Maria Manuel Borges
Coorientador/a	Nome do/a Coorientador/a
Júri	Presidente: Doutor/a NN Vogais: 1. Doutor/a TT 2. Doutor/a XX 3. Doutor/a YY
Identificação do Curso	Mestrado em Informação, Comunicação e Novos Media
Área científica	a
Especialidade/Ramo	a
Data da defesa	a
Classificação	

Faculdade de Letras

Dedicatória

Ao meu Padrinho Heitor,
Por me ter ensinado o verdadeiro valor da humildade e da perseverança.

Agradecimentos

Na realização desta dissertação foram várias as pessoas que me ajudaram e passaram pela minha vida, sem as quais este trabalho teria sido muito mais difícil. Para algumas delas, pelo especial apoio que me prestaram ao longo desta jornada, quero agradecer de uma forma particular, não podendo deixar de expressar a minha gratidão.

Em primeiro lugar, há minha orientadora, Professora Doutora Maria Manuel Borges, pelo seu profissionalismo e disponibilidade, mas também pelo apoio e por acreditar que apesar das minhas dificuldades eu iria conseguir terminar este desafio.

A todos os docentes do Mestrado em Informação Comunicação e Novos Media que, de formas variadas, foram determinantes para o desenvolvimento do meu conhecimento na área.

Aos alunos que participaram no estudo, pela sua total receptividade para colaborar no estudo.

Aos meus amigos e família por todo o seu apoio e compreensão e por muitas vezes não ter estado presente como desejava. Mesmo sem saberem, muitas vezes as suas histórias de vida fizeram com que relativizasse os meus problemas e recuperasse as forças para continuar.

Um especial agradecimento aos meus pais e ao meu irmão, porque ao longo da vida me ajudaram a desenvolver “instrumentos” que foram essenciais para chegar até aqui, sobretudo o do espírito de sacrifício e o de tentar fazer sempre melhor.

Uma palavra de apreço dirigida ao Eurico Marques, pelo apoio e ajuda prestada, particularmente na fase final do trabalho.

À Inês, pelo seu amor, dedicação e apoio incondicionais. Espero conseguir agradecer ao longo da nossa vida tudo aquilo que fez e faz por mim.

Por último, a todos os que direta ou indiretamente colaboraram nesta dissertação e me apoiaram na concretização deste projeto pessoal e profissional, o meu profundo agradecimento.

Sem vós não teria sido possível.

Resumo

Este estudo pretende contribuir para uma compreensão mais profunda sobre as potencialidades, benefícios e utilidade das Redes Sociais de relacionamento e partilha de conteúdos (Facebook e Google+), como ambientes de construção, partilha e difusão de informação e do conhecimento. Tem como objetivo geral perceber o modo como os estudantes do Ensino Superior utilizam duas das mais conhecidas Redes Sociais - Facebook e o Google+ - para a produção e partilha do conhecimento. Para atingir este objetivo elegeram-se, como estudo de caso, os estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Formulou-se, assim, a seguinte pergunta de partida da investigação: os estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra utilizam o Facebook e o Google+ com vista à produção e partilha de informação, visando a reunião e a criação de novos conhecimentos? É a esta questão que se procura responder neste trabalho.

A metodologia utilizada, quantitativa e de natureza exploratória e descritiva, traduziu-se pela aplicação de um questionário semiestruturado a uma amostra de estudantes do 1º, 2º e 3º ciclos de estudos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, no sentido de apurar a incidência de frequência nas Redes Sociais já mencionadas e as principais razões para a sua utilização.

Os resultados revelam que, na sua maioria, os entrevistados acedem maior número de vezes ao Facebook do que ao Google+ ou a outra rede não registada, apesar de atualmente o Google+ não representar uma expressão desconhecida. Especificamente, observou-se a importância cada vez maior das Redes Sociais, nomeadamente, da rede social Facebook, bem como, o seu contributo nas várias áreas do saber como um importante caminho de investigação.

Palavras-Chave: Redes Sociais; Facebook; Google+; Estudantes do Ensino Superior

Abstract

Specifically, this study will want to contribute to a deeper understanding of the capabilities, benefits and utility of social networking and content sharing (Facebook vs. Google+), as environments of construction, sharing and diffusion of information and knowledge. It's general purpose is to understand how the students of the Faculty of Letters of the University of Coimbra use social networks such as Facebook and Google+. Thus, the question that started the research was formulated: Do the students of Higher Education at the Faculty of Letters of the University of Coimbra use Facebook and Google+ with a view to production and information sharing, aimed at meeting and the creation of new knowledge? This is the question to which we seek an answer in this work.

To this end, a quantitative methodology of exploratory and descriptive nature was applied, with the application of a semi-structured questionnaire to a sample of students from the 1st, 2nd and 3rd cycle studies at the Faculty of Letters at the University of Coimbra in order to determine the incidence rate in the social networks and the main reasons for its usage.

The results reveal that, in its majority, the interviewee's access Facebook more often than google or to other non-registered networks, although Google+ does not represent an unknown expression. Specifically it was observed an increasing relevance of the social networks, namely Facebook, and it's contribute in the several areas of knowledge as an important path of research.

Keywords: Social Networks; Facebook; Google+; Information; Students of Higher Education

Sumário

Dedicatória	i
Resumo	iv
Abstract	v
Índice de Figuras	ix
Índice de Gráficos	x
Índice de Tabelas	xi
Introdução	1
1 A Sociedade em Rede	9
1.1 Sociedade de informação e conhecimento: contextualização e conceitos	9
1.2 A Internet e a Web 2.0	14
2 - Redes Sociais: da comunicação à partilha de informação	23
2.1 As Redes Sociais	23
2.4 O Facebook e o Google+: breve apresentação	27
2.3 Os portugueses e as Redes Sociais	32
2.2 A interação, a partilha de informação e os estudantes do Ensino Superior nas Redes Sociais	38
3. Metodologia	50
3.1 Opções metodológicas	50
3.2 Objetivo geral	51
3.3 Objetivos específicos	51
3.4 Natureza e estratégia do estudo	52
3.5 Amostra	53
3.6 Técnicas de recolha de dados	54
3.7 Inquérito por questionário	55
3.8 Análise e tratamento dos dados	57
4 - Apresentação e discussão dos resultados	60

4.1 Caracterização da Amostra	60
4.2 Análise descritiva dos resultados	61
Conclusão	74
Referências bibliográficas	78

Índice de Figuras

Figura 1 – Características da Sociedade de Informação.....	10
Figura 2 - Mapa de noções de Web 2.0 desenvolvido durante uma sessão de brainstorming durante a FOO Camp, uma conferência na O'Reilly Media.	18
Figura 3 – Cronologia de evolução das Redes Sociais	23
Figura 4 – Desinstitucionalização da Informação	25

Índice de Gráficos

Gráfico 6 - Evolução do número de utilizadores do Facebook de 2004 a 2012...	29
Gráfico 1 - Percentagem de atividades realizadas pelos internautas em Portugal, em 2013.....	33
Gráfico 2 - Redes Sociais utilizadas pelos portugueses.....	34
Gráfico 3 - Motivos para o acesso às Redes Sociais	35
Gráfico 4 - Funcionalidades utilizadas nos <i>sites</i> de Redes Sociais em Portugal, em 2013	36
Gráfico 5 - Pessoas na área de amigos nas Redes Sociais.....	37

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Web 1.0/Web 2.0.....	20
Tabela 2 – Cuidados e estratégias com o questionário	56
Tabela 3 – Aspetos associados ao questionário de investigação	57
Tabela 4 – Número de respostas	60
Tabela 5 – Sexo	60
Tabela 6 - Distribuição da Amostra por Ciclo de Estudos	61
Tabela 7 – Presença nas Redes Sociais.....	61
Tabela 8 – Número de horas nas Redes Sociais	62
Tabela 9 – Razões da presença nas Redes Sociais	63
Tabela 10 – Interesse académico vs relacionamento pessoal	65
Tabela 11 – A importância das Redes Sociais na partilha de informação	66
Tabela 12 – Rede social como fonte de aquisição de conhecimento.....	67
Tabela 13 – Rede Social que mais utiliza	69
Tabela 14 – Criação de uma página de discussão no Facebook.....	70
Tabela 15 – Síntese das questões da investigação	72

Introdução

As mudanças ocorridas nos últimos anos nas áreas da Informação e Comunicação, em grande parte devido aos avanços tecnológicos, conduziram à adoção de novas formas de comunicar, informar e construir conhecimentos.

Hoje o mundo está ligado em rede. O indivíduo também. É na Internet que ele encontra um conjunto infinito de oportunidades. A Internet proporciona o encontro de pessoas, independentemente do tempo e espaço. Com capacidade interativa, a rede possibilita, a cada conexão, contactos que propiciam e garantem diferentes informações e conhecimentos, imprevisíveis e determinadas/os pelo interesse que naquele momento move a rede. A configuração em rede, potencializada pela velocidade, pela inserção das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e pela lógica das redes é peculiar ao ser humano na sua capacidade de produzir conhecimento, instituir novas formas de comunicabilidade, interatividade e promover a sociabilidade das relações entre indivíduos.

As conexões são constituídas e estabelecidas pelos laços sociais, os quais, por sua vez, são aperfeiçoados por meio da interação social dos atores. A conectividade e a comunicação criam possibilidades rápidas e dinâmicas de construção, partilha e difusão de informação e conhecimento por permitirem a disponibilização de informações e conhecimentos simultâneos a pessoas localizadas em distintos e diversos lugares. São as chamadas Redes Sociais na era da Internet em que os jovens, tecnologicamente desenvolvidos e, simultaneamente atentos à sua sociedade, assumem um papel de protagonismo.

Verifica-se então, em função do dinamismo criado nesse contexto, que as Redes Sociais estão associadas a espaços valorizados de interação, comunicação, socialização, difusão e partilha de informação, e à consequente construção do conhecimento, marcadas pela abertura e pelo desenvolvimento de conteúdos, mediante as relações entre os atores que as integram: “Um processo de socialização, algum tipo de interação coletiva e social que

pressupõe a partilha de informações, conhecimentos, desejos e interesses.” (Franco, 2012, p. 117).

Nas últimas décadas tornou-se importante o fluxo contínuo e rápido de informações. O grande potencial presente no contexto das redes refere-se ao facto de que a informação não se encontra mais centrada num lugar físico, ampliando-se as fontes de informação. Nesse sentido, o seu poder de difusão é muito superior e dinâmico e a tecnologia trabalha precisamente em prol dessa disseminação. Deste modo as Redes Sociais surgem como ferramentas eficazes para construir, partilhar e difundir o conhecimento gerado na sociedade moderna.

Numa altura em que a percentagem de internautas portuguesas que utilizam as Redes Sociais ascende a 70,6% (OberCom, 2013, p.123) e que se prevê que este número venha a crescer, o desenvolvimento da presente investigação pretende perceber as Redes Sociais como espaços de comunicação e interação social, contribuindo para uma perceção mais profunda, nomeadamente ao nível das competências e atitudes face à partilha de informação e de conhecimento.

Problemática de investigação: Pertinência do estudo e principais objetivos

A informação e o conhecimento como importantes fluxos das Redes Sociais só recentemente começaram a ser abordadas. Assim, é necessário o desenvolvimento de mais investigação, no sentido de compreender quais os novos formatos e possibilidades dos processos comunicacionais e perceber melhor o clima de mudança que estes conceitos poderão estar (ou vir) a trazer, por exemplo, no âmbito dos estudantes do Ensino Superior (Pinto, 2003).

O decurso evolutivo no uso da comunicação e da informação, com o alicerce das TIC, tem criado novos espaços de partilha de informação e construção do conhecimento humano em ambientes digitais, garantindo às pessoas facilidade na divulgação de opinião, partilha de informação e produção de conteúdos e

conhecimento. Atualmente, é reconhecido que os jovens se deparam com os media digitais muito antes do que as gerações anteriores o fizeram e que, em idades críticas de desenvolvimento, “estão a despender muito do seu tempo livre em atividades *online*, como criar, explorar, jogar e comunicar.” (Weigel et al., 2009, p. 8).

A difusão, a partilha e o acesso ao conhecimento fornecem os elementos para uma compreensão sobre a dinamizada relação recíproca e dialética entre a produção do saber e sua socialização comunicativa. Compreendendo-se o fenómeno das Redes Sociais como consequência natural do carácter social do ser humano, vislumbrou-se esse meio tecnológico de comunicação e interação social como potencial ferramenta para o acesso, a partilha e a difusão de conhecimento.

Percebendo a comunicação, a informação e o conhecimento como ‘armas competitivas’ da era contemporânea, este estudo pretende contribuir para uma compreensão mais profunda sobre de que forma os estudantes estão a utilizar as Redes Sociais, bem como, perceber se consideram as potencialidades e utilidade destas redes de relacionamento e partilha de conteúdos, como ambientes apropriados à partilha de informação e aquisição de por recurso ao Facebook ou ao Google+.

É ainda importante notar que este estudo se afasta de uma abordagem 'orientada ao conhecimento das Redes Sociais enquanto TIC', mas sim 'orientada ao seu enorme valor enquanto tecnologia social'.

Todos os dias, biliões de pessoas em todo o mundo alimentam a rede com dados, que chegam nos mais variados formatos, como textos, imagens, arquivos de áudio e de vídeo. De acordo com um estudo conduzido por Lenhart et al. (2007), 93% dos jovens americanos inquiridos usam a internet, dos quais 64% podem ser considerados criadores de conteúdos, uma vez que já “criaram blogues ou páginas Web, disponibilizaram trabalhos artísticos originais, fotografias, histórias ou vídeos *online* ou remisturaram conteúdos disponibilizados por outros para construir as suas próprias criações.” (Oblinger

et al., 2008, p. 390). As tecnologias aparecem, assim, como facilitadoras destas aprendizagens.

Albernaz e Meira (2010) defendem e afirmam que as relações humanas e sociais há muito tempo que são objeto de estudo das Ciências Sociais, fazendo com que os conceitos de Redes Sociais não sejam novidade. Em 2013, dados de um inquérito realizado pelo INE à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias portuguesas entre 2002-2013, e publicados pela OberCom no seu anuário da comunicação, indicam que 70,6% dos internautas portugueses participam em Redes Sociais. (OberCom, 2013, p.123).

O entusiasmo dos portugueses pelas Redes Sociais tem vindo a ser demonstrado por vários estudos e métricas, e portanto, uma análise da Marktest¹ mostra a média do tempo passado pelos internautas portugueses nestes *sites*.

É neste contexto que se inserem os objetivos e as questões de investigação aos quais se pretende responder no âmbito deste trabalho e que são seguidamente apresentados.

Problemática de investigação

As TIC² modificaram as formas de comunicar, ver, pensar e produzir informações e conhecimento. Assim, o interesse desta investigação ajusta-se a uma crescente utilização das Redes Sociais de relacionamento e partilha de conteúdos por parte dos indivíduos e fundamentalmente por parte dos jovens.

¹ O inquérito realizado pela empresa de estudos de mercado questionava os utilizadores quanto ao tempo médio dedicado a *sites* de Redes Sociais, indicando 39% dos entrevistados que navegam nestas redes até 30 minutos por dia, enquanto 25% dizem dedicar-lhes entre 30 minutos a uma hora por dia. Por outro lado, 36% confessam passar nas Redes Sociais mais de uma hora por dia. Disponível em <http://www.marketing-online.co/pt/Redes-Sociais/Portugueses-passam-88-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/2013-722/#sthash.roTZNNcO.dpuf> (acedido a janeiro de 2015)

² “Existe hoje um registo de discursos sobre as TIC [...] que balanceia entre o medo e o entusiasmo. Não é em rigor, um fenómeno novo, mas a velocidade das inovações tecnológicas, conjugada com a performatividade de cada novo ‘gadget’ tem contribuído para a consolidação de um discurso de carga predominantemente positiva” (Pinto, 2003: 52).

Daí a importância de compreender cada vez melhor quais as atividades que, neste caso, os jovens do Ensino Superior da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra desempenham nestas redes. Importa ainda perceber de que forma é que estão despertos para este fenómeno e determinar o estado atual sobre a sua utilização.

O estudo a desenvolver pretende contribuir para esclarecimento das seguintes hipóteses de investigação:

- A maioria dos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra apostam nas Redes Sociais para comunicar;
- As principais razões que levam os estudantes a aceder às Redes Sociais são o contato com os amigos e o relacionamento pessoal;
- Os estudantes consideram as Redes Sociais como uma importante fonte de partilha de informação e aquisição de conhecimento;
- A rede social mais utilizada pelos estudantes é o Facebook.

O conteúdo do trabalho tem então como objetivo principal identificar a importância atribuída pelos jovens do Ensino Superior da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra à utilização das Redes Sociais.

Como objetivos específicos pretende-se:

- Determinar o número de horas que os estudantes da Faculdade de Letras se dedicam às Redes Sociais;
- Identificar e analisar as razões pelas quais acedem às Redes Sociais;
- Procurar perceber se as Redes Sociais representam uma importante ferramenta na partilha e difusão de informação e se podem ser consideradas como uma importante fonte de aquisição de conhecimento;
- Avaliar qual a rede social mais utilizada pelos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, se o Facebook, o *Google+* ou outra;
- Verificar se estes estudantes já criaram alguma página de discussão na rede social que mais utilizam.

Opções metodológicas

O estudo a desenvolver teve por base uma estratégia de investigação assente em duas componentes principais: revisão bibliográfica e desenvolvimento de um estudo de caso. A junção de várias abordagens ajudam-nos a conectar interpretações explicativas, analíticas e compreensivas em direção ao nosso problema de pesquisa.

Como forma de tecer os argumentos necessários para sustentar esta afirmação, foi feita uma pesquisa bibliográfica, na procura de uma melhor compreensão de Redes Sociais em prol da produção, partilha e difusão de informação e conhecimento, objetivando, por este meio, fundamentar as bases teóricas que ajudaram na produção do corpo textual, discussão de conceitos e análises da informação empírica. A bibliografia foi obtida quer através dos materiais disponíveis nas bibliotecas da Universidade de Coimbra, quer através da Internet publicada sob a forma de conferências, estudos e artigos de revistas científicas.

A segunda componente da estratégia de investigação pretende identificar os instrumentos de recolha de dados utilizados na implementação do estudo, bem como justificar o recurso aos mesmos.

Sendo assim, os assuntos abordados na dissertação serão divididos em quatro capítulos interrelacionados. No primeiro e segundo capítulo procede-se à revisão da literatura, a qual abordará os principais aspetos gerais teóricos relacionados com o enquadramento do tema. Nestes capítulos serão ainda apresentados os fundamentos teóricos pertinentes respeitantes ao tema em específico das Redes Sociais, bem como, a intervenção dos jovens nestas mesmas redes e a preponderância que estas poderão assumir num contexto académico.

No terceiro capítulo faz-se uma descrição da metodologia utilizada para a elaboração do trabalho. No quarto, e último capítulo, apresentam-se os resultados obtidos na recolha dos dados, procedendo-se também à discussão dos resultados. Por fim, serão abordadas as conclusões que o estudo nos

permitirá obter, mostrando os principais acontecimentos e contributos desse trabalho, assim como, serão ainda enumeradas as limitações e as recomendações para trabalhos futuros.

1 - A Sociedade em Rede

1.1 Sociedade de informação e conhecimento: contextualização e conceitos

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) influenciaram e modificaram a disseminação de informações e conhecimento em todo o mundo.

Segundo Hargreaves (2003, p.33), “o conhecimento é um recurso flexível, fluido, sempre em expansão e mudança”. Segundo o mesmo autor, o fluxo de informações é intenso e em constante mudança, onde não existem barreiras de tempo e de espaço, para que as pessoas possam comunicar. Esta nova era, que disponibiliza inúmeras possibilidades de conhecer em substituição do espaço físico, dá início à construção do conhecimento e preparação dos indivíduos para a vida em sociedade.

O economista Fritz Machlup, na sua obra publicada em 1962, “The Production and Distribution of Knowledge in the United States”³, foi pioneiro no estudo sobre os conceitos de Sociedade de Informação. Embora seja pertinente referir que foi Peter Drucker (1986) na sua obra “The Age of Discontinuity” que abordou pela primeira vez a sociedade pós industrial, referindo que o poder da economia teria evoluído da agricultura para a indústria e desta para os serviços, com base na informação (Crawford, 1983).

A premissa do conceito de Sistema de Informação é semelhante a uma sociedade que se insere num processo de permanente mudança, iniciado avanços da ciência e da tecnologia. Foi a imprensa que nos proporcionou uma nova forma de aprender, pela propagação da leitura e da escrita, e da mesma

³ A produção e distribuição do conhecimento, nos Estados Unidos, marcou o início do estudo da nossa sociedade da informação pós-industrial. Economista de origem austríaca Fritz Machlup tinha centrado a sua investigação sobre o sistema de patentes, mas veio a perceber que as patentes eram simplesmente uma parte de um bem maior "economia do conhecimento". Ampliou o seu trabalho para avaliar tudo, desde artigos de papelaria e máquinas de escrever para publicidade de discursos presidenciais -. Qualquer coisa que envolvesse a atividade de contar a produção e distribuição do conhecimento, nos Estados Unidos, de seguida revelou a forma nova e surpreendente de a economia dos EUA.

forma, o avanço das tecnologias de informação e comunicação ofereceu novas formas de acesso e partilha de conhecimento (Olson, 1994; Pozo, 2004). Assim sendo, uma nova realidade que exige novas competências e aptidões aos indivíduos, para atuar com a informatização do saber, que segundo Pozo (2004), “tornou muito mais acessíveis, mais horizontais e menos seletivos a produção e o acesso ao conhecimento”. É desta forma, que Toffler (2002) refere a existência de uma nova sociedade “a sociedade de informação, igualmente designada de terceira onda”⁴.

Castells (2002) identifica as principais características da sociedade de informação, as quais estão diretamente associadas ao processo de democratização do saber, dando origem a novos espaços para a procura de informações:

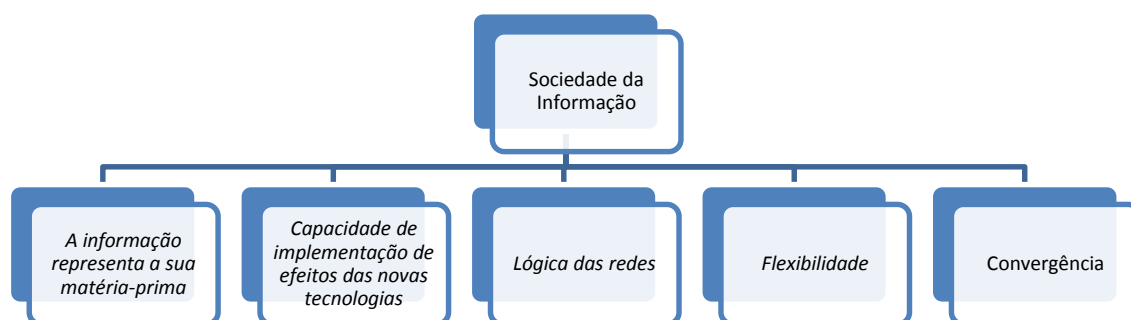


Figura 1 – Características da Sociedade de Informação

Fonte: Castells, 2002

- a) *A informação representa a sua matéria-prima*, ou seja, há uma relação que complementa a tecnologia e a informação. Característica que torna diferente a nova era das revoluções;

⁴ “O êxito da expressão e do conceito [de sociedade da informação] é bem conhecido, só tendo provavelmente correspondência na popularidade do conceito de globalização. Ambas as noções têm referente real, traduzem — ou podem traduzir — efetivos processos sociais e tendências evolutivas verificáveis. Os dois conceitos carecem, em todo o caso, de que lhes seja precisado o conteúdo, de que lhes seja testada a capacidade heurística na análise das evoluções sociais e no esforço prospetivo. Como por vezes acontece nas ciências sociais, não deixaram de surgir interpretações apressadas e redutoras. Um cederam à habitual tentação do determinismo tecnológico, atribuindo ao desenvolvimento científico e às aplicações tecnológicas capacidade, por si só, de transformar as sociedades” (Almeida, 2000, p. 34).

- b) *Capacidade de implementação de efeitos das novas tecnologias*, a qual se refere ao poder de influência que os próprios meios tecnológicos exercem na vida social, económica e política da sociedade;
- c) *Lógica das redes*, que representa uma das principais características do novo modelo de sociedade, a qual possibilita a melhor interação entre as pessoas;
- d) *Flexibilidade*, que se refere ao poder de alterar, reconfigurar e reorganizar da melhor forma as informações;
- e) *Convergências de tecnologias específicas num sistema altamente integrado, ou seja*, os utilizadores podem contribuir, ao exercerem um papel ativo na produção do conhecimento. Um processo de convergência entre diferentes áreas tecnológicas.

Vive-se, por isso, uma revolução tecnológica⁵, em que o maior desafio é saber de que forma este grande conjunto de informações, as quais não têm barreiras de tempo e de espaço, poderão contribuir para a democratização do conhecimento, dispondo aprendizagens com significado, e em que a nova informação seja interiorizada e incorporada por todos (Ausubel, 1982).

O conhecimento segundo Pelizzari et al. (2002) designa a capacidade de desenvolver uma competência reflexiva e de relacionar os seus inúmeros aspetos em função do espaço e do tempo, utilizar os conhecimentos adquiridos, com outros conhecimentos, estabelecendo conexões. De forma complementar, existe uma distinção significativa entre a informação e o conhecimento, segundo Rezende e Abreu (2000, p.60), a informação representa todo o dado que é trabalhado, útil, tratado, com valor significativo atribuído ou agregado a ele, e com um sentido natural e lógico para quem usa a informação. O dado é senão um elemento importante da informação, um conjunto de letras ou dígitos, que de forma isolada não transmite conhecimento.

⁵ “A ideia de ‘sociedade da informação’ tem sido sempre tanto como desejo como descrição. Apesar dos melhores esforços de muitos cientistas sociais em a descrever e até de a quantificar, a ideia de sociedade da informação surge constantemente como um objetivo em direção ao qual é desejável caminhar” (Lyon, 2001: s/p)

Relativamente a estes aspetos, as premissas de Takahashi (2000, p.7), são importantes de referir pois, para que a sociedade de informação seja considerada uma sociedade do conhecimento, é indispensável que sejam criados critérios de organização e seleção das informações. A que se acrescenta que a “dinâmica da sociedade da informação requer educação continuada ao longo da vida, que permita ao indivíduo não apenas acompanhar as mudanças tecnológicas, mas sobretudo inovar” (Takashashi, 2000, p.7).

O que a sociedade de informação e do conhecimento traz em termos inovadores são as possibilidades de proporcionar aos utilizadores da rede global a construção dos seus conhecimentos e a conectividade entre as pessoas (Pozo, 2004).

O debate sobre as mudanças sociais suscitadas através das novas tecnologias informacionais e comunicacionais pode ser apresentado nos finais da modernidade. A própria expansão das tecnologias de informação e comunicação, as premissas neoliberais e a crise do Estado-Providência são originadas da crise do paradigma da modernidade e da emergência de um novo modelo. Segundo Santos (1994), o tema da sociedade da informação teve o seu ponto alto, nas mudanças indicadoras de uma nova forma de organizar as sociedades em torno dos eixos distintos da modernidade.

McQuail (2003) elaborou um cenário de estudos teóricos sobre a comunicação e informação tendo como ponto de partida um número considerável de recetores, que trabalham em grande proporção.

Na década de 1960, Herbert McLuhan referiu que o planeta tornou-se a nossa sala de aula e o nosso endereço⁶. De forma complementar, o ciberespaço furou a premissa de tempo próprio para a aprendizagem. Neste sentido, a sociedade do conhecimento representa uma sociedade de inúmeras oportunidades de aprendizagem. A sociedade de informação, segundo Castells

⁶ O autor frequentemente utiliza o termo “sala de aulas” de forma metafórica, não como um espaço geográfico e/ou físico dentro de um estabelecimento escolar, mas sim como sinónimo de escola enquanto uma instituição sócio-política-cultural

(2002) é a sociedade que recebe os impactos informacionais e, a sociedade informacional com uma estrutura básica apresentada na forma de redes.

Castells na sua obra “A Sociedade em Rede” refere-se de forma intensa às transformações atuais e, apresenta igualmente um quadro conceptual que demonstra o alcance destas mudanças em vários domínios. A principal característica da sociedade informacional, segundo o autor, é a estrutura em rede, o que fundamenta a utilização do conceito sociedade em rede.

As várias sociedades atuam com distintos modos de desenvolvimento informacionais e, atualmente representam o processo de informação que determina a chegada de um novo paradigma socio-tecnológico (Castells, 2002, p. 77 - 81).

Segundo Castells (2002, p. 423): “A era da informação está a produzir uma nova forma urbana, a cidade informacional que por causa da natureza da nova sociedade baseada no conhecimento, organizada em torno de redes e parcialmente formadas de fluxos, (...) não é uma forma mas um processo caracterizado pelo predomínio estrutural do espaço de fluxos”.

A altura de intensificação de tecnologias digitais proporciona consequências significativas ao nível do quotidiano das pessoas, em todas as áreas, de forma diferente mas ampla. A disseminação de informações é percebida de muitas formas, e, por isso mesmo, se torna difícil a tarefa de desenvolver determinadas atividades, que não estejam total ou parcialmente implementadas nos novos sistemas tecnológicos de informação.

A expressão “*sociedade em rede*” surgiu pela primeira vez na Sociologia no final dos anos XX. O conceito tornou-se válido através da obra de Manuel Castells (Castells, 1996), o qual salienta que a sociedade em rede tem uma nova estrutura social, pois é através dela que a informação é criada, tratada e transmitida, com base no conhecimento acumulado nos nós da rede.

Segundo Castells (1996) na era da sociedade industrial, as redes tiveram um papel fundamental na esfera privada, na produção e na esfera civil e pública,

no Estado, na Igreja e no exército. Na sua opinião, a economia passou por uma profunda mudança no final do século XX, houve então, um novo tipo de arranjo social, um novo canal de comunicação digital. Segundo o autor, a taxa de desenvolvimento nos EUA, de acordo com estatísticas oficiais, cresceu para o dobro, entre 1996 e 2006, em comparação com os anos de 1975 e 1995 (Castells, 2002, p. 8).

Na esfera económica, a operação através dos métodos adicionais que se tornaram mais eficazes através do desenvolvimento tecnológico pode ser observado em muitos países. A formação da sociedade em rede iniciou-se na década de 1960. A logica de rede tem um efeito sobre os vários subsistemas da sociedade, nomeadamente, efeitos sociais, políticos e culturais (Castells, 2002).

Atualmente, os estudantes têm à sua disposição uma grande variedade de formas de criação de conteúdos da Web 2.0, como *podcasts*, blogues, bookmarks sociais, Redes Sociais, atividades em mundos virtuais e wikis. A comunidade educativa está interessada em permitir que os alunos possam demonstrar os seus resultados de aprendizagem através da criação de conteúdos nestas novas plataformas, nomeadamente para envolver os alunos e desenvolver as suas competências, aumentar a capacidade crítica e de revisão por pares e a capacidade criativa, tendo simultaneamente o objetivo de melhorar as capacidades de expressão escrita (Gray, 2010).

1.2 A Internet e a Web 2.0

A complexa história da Internet envolve não só aspetos tecnológicos, mas também organizacionais, sociais e políticos.

Tem início, durante a Guerra Fria, altura em que União Soviética e Estados Unidos, dois blocos antagónicos, exerciam um enorme controlo e influência no mundo. As duas superpotências compreendiam a eficácia dos meios de comunicação e qualquer mecanismo, inovação ou ferramenta poderia contribuir para essa disputa.

Como o governo dos Estados Unidos temia um ataque russo às suas bases militares, foi idealizado um modelo de troca de dados que permitisse a descentralização desses dados. Era preciso, portanto, criar uma rede que ligasse os diferentes "nós" de forma redundante.

A primeira etapa da Internet tem origem num projeto do Department of Defense (DoD, Ministério da Defesa dos EUA), em 1969. Criada pela Avance Research Projects Agency, com objetivos militares, seria uma das formas de assegurar uma comunicação alternativa os meios convencionais de telecomunicações, segura e sem falhas. Chamava-se ARPANET e tinha como objetivo a interligação em rede de computadores utilizados em centros de investigação militar.

Após a sua apresentação em 1972, e do estabelecimento das primeiras ligações internacionais um ano depois, a rede ARPANET cresceu lentamente nos anos 70, mas, por razões de segurança, continuava a ser uma rede utilizada para maioritariamente para fins militares. Ainda assim, alguns setores da comunidade académica, principalmente dos EUA, partilhavam ideias, mensagens e descobertas pelas linhas da rede mundial.

Foi em 1983, com a adoção dos protocolos TCP/IP na ARPANET (da qual se separou a componente estritamente militar formando a MILNET), a criação da CSNet (Computer Science Network) e a sua ligação à ARPANET, que surgiu a verdadeira Internet.

“Historicamente, a Internet foi construída nos círculos académicos e nos centros de investigação neles afiliados, tanto nos altos picos ocupados pelos catedráticos como nas trincheiras onde se encontram os estudantes de doutoramento, cujos valores, hábitos e conhecimentos se difundiram para a cultura *hacker*.” (Castells, 2004, p.61).

Ao longo dos anos 80, o ritmo de crescimento da Internet foi aumentando, tornando necessárias estruturas de coordenação e cooperação entre o cada vez maior número de redes e operadores que a integravam:

- Assim, logo em 1983, foi criado o Internet Activities Board (IAB, agora designado Internet Architecture Board), dentro do qual se criariam,
- Em 1989, o Internet Engineering Task Force (IETF)
- E o Internet Research Task Force (IRTF).
- Na década de 80 são ainda de destacar a criação da EUnet (European UNIX Network) em 1982,
- Da EARN (European Academic and Research Network) em 1983 e
- Da NSFNET (rede académica americana, responsável pela expansão das ligações das universidades à Internet) em 1986.

No ano de 1989, o inglês Tim Berners-Lee, através da apresentação de um documento ao European Organization for Nuclear Research (CERN), designado por “Gestão da Informação: uma proposta” fundamentou a partilha de informação em rede através de um sistema de hipertexto (CERN, 2009).

Posteriormente, no ano de 1990, desenvolveu um conjunto de ferramentas que são importantes para o trabalho na Web: o protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol), a linguagem HTML (HyperText Markup Language), o Web *browser* e editor Web WYSIWYG (inicialmente denominado World Wide Web e mais tarde renomeado de NEXUS), o servidor Web HTTP (conhecido como CERN HTTPD) e as páginas Web. Pelo que Tim Berners-Lee em 1990 inventou a World Wide Web.

O significado de WWW representa a junção das tecnologias dos computadores pessoais, das redes de computadores e do hipertexto, através de uma fácil utilização do sistema global de informação (CERN, 2008). Em 1992 foi criado o primeiro navegador de internet, o Mosaic, que dispunha de interface mais amigável e disponibilizava navegação por *links* e de imagens.

No dia 24 de outubro de 1995, o Federal Networking Council norte-americano aprovou por unanimidade uma resolução definindo o termo Internet.

Pode-se referir que desde a criação da Web e o aparecimento do (.com) em 2001, a Web 1.0 era caracterizada pela sua elevada quantidade de informação

disponível e acessibilidade facilitada, onde o utilizador não podia alterar ou reeditar o seu conteúdo, sendo por isso um espectador. A grande maioria dos trabalhos e serviços na Web 1.0 eram pagos ou sujeitos a licenças, e com pouca interatividade.

Segundo Tim O'Reilly (2005), a Web 1.0 tem como principais características *sites* estáticos, sem interatividade e aplicações proprietárias. De uma forma geral, bastante primitiva.

Todo o acesso, a compilação e armazenamento de alguns conteúdos em formatos diferentes, o hipertexto, a criação e participação são algumas das características da Web (Tim O'Reilly, 2005). Embora de forma distinta a Web 2.0, corresponde à criação e participação descentralizada e sem exclusividade de alguns informáticos e administradores de páginas Web. Na Web 1.0 existia somente o consumo de informação e conteúdo, e na Web 2.0 o utilizador tem a liberdade de criar e publicar a sua própria informação. Assim sendo, a evolução da internet no plano social é visível.

Segundo Kuklinski (2007), o conceito de Web 2.0 surgiu no ano de 2004, através do artigo publicado por Tim O'Reilly designado "*O que é Web 2.0?*", o qual foi publicado em 2005. Segundo este autor, existem sete princípios de construção das aplicações da Web 2.0:

- a) A Web como plataforma (*softwares* livres);
- b) A inteligência coletiva (recepção e criação de conteúdo);
- c) A gestão de base de dados como competência básica (gerar valor ao conteúdo criado);
- d) Fim do ciclo de atualizações de *software*;
- e) Modelos de programação rápida;
- f) *Software* não limitado a um único dispositivo;
- g) Experiências enriquecedoras do utilizador;

A figura seguinte demonstra estes sete princípios:

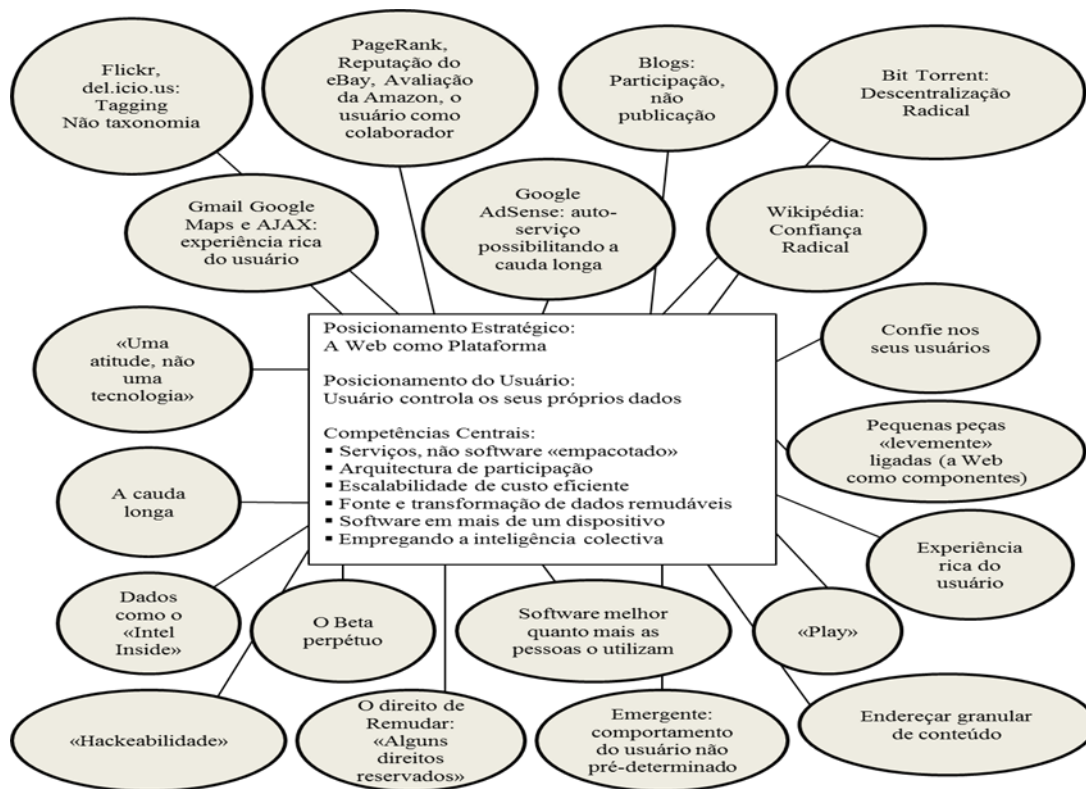


Figura 2 - Mapa de noções de Web 2.0 desenvolvido durante uma sessão de brainstorming durante a FOO Camp, uma conferência na O'Reilly Media.

Fonte: O'Reilly, 2005

A Web 2.0 representa o conjunto de aplicações de Internet que irá permitir ao utilizador a colaboração e a partilha de informação. Em comparação com a Web 1.0, que representava um meio de leitura, a Web 2.0, segundo Thompson (2008) introduziu a escrita. Oferece novas oportunidades de influência sobre o comportamento das opiniões e comportamentos dos consumidores e, pesquisa de informação sobre produtos e serviços. Está associada com o fenómeno das Redes Sociais (Eccleston & Griseri, 2008).

O termo Web 2.0 refere uma mudança para uma internet como plataforma de entendimento das regras. O autor O'Reilly (2005) define o termo Web 2.0 como: "A mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva." (O'Reilly, 2005, p. 334)

Neste sentido, e completando a definição de O'Reilly (2005), a Web 2.0 permite compartilhar, procurar e criar:

- Um espaço social e horizontal, rico em fontes de informação, que propõe uma alternativa à hierarquização e unidirecionalidade em quase todos os ambientes formativos, levando a uma maior autonomia do aluno, no sentido de compartilhar e investigar recursos com o objetivo de aprender;
- As fontes da Web 2.0 e canais de comunicação que facilitam uma aprendizagem mais autónoma, permitindo uma maior participação nas atividades em grupo;
- Ambientes e espaços para o armazenamento, classificação e divulgação de textos;
- Facilita a realização de novas atividades de aprendizagem, de avaliação e criação de redes de aprendizagem.

As principais características da Web 2.0 centram-se essencialmente, em:

- Simplicidade, em que tudo deve ser intuitivo e evidente;
- Partilha, pois cada dia surgem cada vez mais ferramentas de colaboração;
- Publicação, recebe, transforma e publica a informação disponível;
- Disponibilidade rápida, as informações são atualizadas e transformadas em grande velocidade;
- Participação, o utilizador torna-se parte ativa em assuntos que lhe interessa;
- Opinião, o utilizador tem a possibilidade de expressar a sua opinião em determinados assuntos através dos Weblogs.

Existem diferenças entre a Web 1.0 e a Web 2.0. A tabela seguinte demonstra a descrição inicial da Web 2.0 (O'Reilly, 2005):

Tabela 1 - Web 1.0/Web 2.0.

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
personal websites	blogging
Evite	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	search engine optimization
page views	cost per click
screen scraping	web services
Publishing	participation
content management systems	wikis
directories (taxonomy)	tagging ("folksonomy")
Stickiness	syndication

Fonte: O'Reilly (2005)

Na Web 2.0 os *sites* são dinâmicos e atualizados de forma constante, e podem ser editados pelos utilizadores. A maior parte das aplicações permitem que qualquer utilizador possa instalar, usar, configurar, melhorar ou construir, através de aplicações já existentes, por meio dos programas *open source*.

A Web 2.0 representa segundo Quemada (2006), o culminar de um processo de criação de serviços que se iniciou com o aparecimento da Web 2.0 em 1990, através de uma nova maturidade, pois a tecnologia tornou-se mais acessível.

Segundo Van der Henst (2005) a Web 2.0 é a evolução das aplicações tradicionais em relação a aplicações Web centradas no utilizador final. Por essa mesma razão, a Web 2.0 representa uma atitude e não uma tecnologia, altera-se de pessoa para pessoa, varia em cada conversa (Hernandez, 2007).

Os conteúdos interativos e colaborativos da Web 2.0 permitiram a inteligência coletiva, que decorreu da colaboração de um conjunto de indivíduos para gerar novos conteúdos, no sentido de melhorar os conteúdos existentes. Para Leary (2008) a inteligência coletiva representa uma inteligência variada, distribuída e valorizada de forma permanente, dando origem a uma sinergia em tempo real, que resulta numa mobilização das competências.

O desenvolvimento das aplicações da Web 2.0 encontra-se, evidentemente relacionado com os constantes avanços e melhorias das novas tecnologias, resultantes do seu percurso evolutivo. Estas aplicações utilizam uma série de tecnologias “que as tornam mais interativas e sofisticadas, com interfaces mais rápidas e fáceis de utilizar, e por isso mesmo, enriquecem a experiência do utilizador, nomeadamente, o AJAX (Asynchronous Javascript And XML), API (Application Programming Interface) e Web Syndication” (Patrício, Maria; Gonçalves, Vítor; 2010, p. 5) que, permitem implementar um vasto leque de aplicações Web 2.0, particularmente, para criação de Redes Sociais.

2 - Redes Sociais: da comunicação à partilha de informação

2.1 As Redes Sociais

As primeiras Redes Sociais surgiram a algumas décadas, com o lançamento do Sixdegrees (1997), com a possibilidade de criar um perfil individual virtual, tendo sido substituído por outros, três anos mais tarde, devido à falta de financiamento para a sua continuidade. Posteriormente, surgiram a nível internacional, o Live Journal, Asianevenue, Fotolog entre outros. Atualmente, o número de Redes Sociais quase não tem fim, associado à evolução das TIC. Sendo que as maiores Redes Sociais com maior número de utilizadores sejam o Facebook e o Orkut.



Figura 3 – Cronologia de evolução das Redes Sociais

Fonte: Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007)

O verdadeiro desenvolvimento das Redes Sociais deu-se com a criação do advento da Web 2.0, com base, principalmente, no lazer e com a partilha de diversos conteúdos como fotos, vídeos, dados pessoais e estados de espírito.

Em termos de *sites* ou comunidades de relacionamentos, pode-se referir que, ao longo do tempo, muito destes sites foram criados. O MySpace foi uma das Redes Sociais que mais evoluiu nos EUA e na Europa, o *Friendster* teve o seu marco importante nas ilhas do pacífico, o *Orkut* tornou-se o *site* mais visto e participado no Brasil, o *Hi5* foi aderido igualmente por inúmeros adeptos no mundo inteiro, juntamente com o Facebook.

Porter (2004) assume que as comunidades virtuais e as Redes Sociais podem ser divididas em dois grupos: as comunidades que são iniciadas por membros individualmente, e as comunidades iniciadas por organizações de ordem comercial ou de outro tipo, com ou sem fim lucrativo.

Numa das partes do seu livro “*Aspeto do estudo das redes sociais na internet*”, a autora Raquel Recuero descreve a forma como as redes e comunidades *online* podem ser vistas, através da forma e constância com que as interações ocorrem, dependendo do objetivo a partir do qual os atores estão relacionados.

Se forem iniciadas pessoalmente, as Redes Sociais podem ter como objetivo a partilha de emoções e sentimentos, bem como de conteúdos específicos do tipo de interação formada. Sendo de forma geral idênticas às redes formadas de forma física.

A complexidade existente na motivação, encontrada na realização do viver com maior intensidade no momento presente, a satisfação das necessidades e desejos naturais, a adequação ao meio em que se vive, as condições orgânicas, a educação e os fatores psíquicos, determinam a quantidade e a qualidade em que o ser humano empreende qualquer tipo de tarefa. A motivação determina o fazer, tornando-se o elemento chave para os resultados de várias propostas de vida, e, em particular, a obtenção da qualidade nos

programas de excelência que muitas organizações objetivam introduzir, e, ainda mais difícil, conseguir a sua manutenção (Wats, 2003).

Segundo o autor Oliveira (2000, p. 158): “A influência do meio através da interação possibilitada por os seus elementos é contínua e penetrante. As crianças, os jovens e ou os usuários dos espaços são os verdadeiros protagonistas da sua, vivência ativa com outras pessoas e objetos, que possibilita descobertas pessoais num espaço onde será realizado um trabalho individualmente ou em pequenos grupos”.

Uma das questões mais importantes no estudo da dinâmica das Redes Sociais prende-se com o grau de centralidade. O mesmo significa afirmar que se relaciona com a forma como a informação flui e o seu grau de intercomunicação. Deste modo segundo, a figura seguinte, as Redes Sociais fornecem informações importantes.

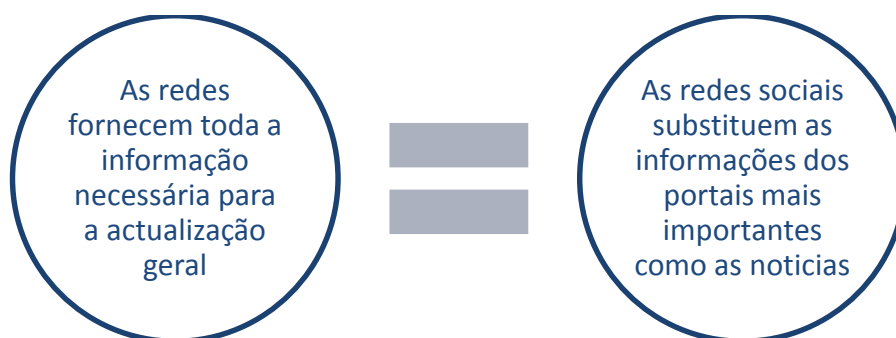


Figura 4 - Desinstitucionalização da Informação

A maior parte das dinâmicas das Redes Sociais depende, diretamente, das interações que a própria rede compreende na sua constituição, e influencia a sua estrutura, (Wats, 2003). Segundo o autor, não existem redes paradas mas sim redes dinâmicas que estão constantemente em transformação. Já para Nicolis & Prigogine, (1989), os processos dinâmicos das Redes Sociais resultam das diversas interações dos seus utilizadores.

Outro dos fatores que transmite dinâmica a uma rede social é a sua emergência, que segundo Johnson (2003), envolve o aparecimento de padrões de comportamentos distintos e muito variados na sua constituição, e que são

calculados em larga escala. Sendo consideradas as propriedades emergentes, aquelas que o próprio sistema constitui, e são construídas coletivamente. A emergência surge como representação de comportamentos coletivos e não centralizados (Johnson, 2003).

Os elementos dinâmicos das Redes Sociais são a competição e a cooperação, como processos sociais. Waltzlawick, Beavin & Jackson (2000), referem a importância do estudo do tempo como padrão de interação. Trata-se de um estudo de regularidades e irregularidades nas diversas interações que termina num padrão na relação social.

A interação social é geradora de processos sociais a partir dos padrões da rede social que se classificam em cooperação e competição. A cooperação é um fenómeno marcante nas interações, já que se não houver cooperação não existirá sociedade, é muitas das vezes gerada pelos interesses individuais, pelo capital social e pelas finalidades do grupo. É um fator fundamental para a compreensão de todos os utilizadores de uma determinada rede social,

Ogburn & Nimkof (1975) reconhecem a competição como “a forma fundamental de luta social” (1975, p. 238). A competição, segundo estes autores, é um fenómeno que pode gerar cooperação entre os utilizadores de uma mesma rede, com o objetivo de identificar outros utilizadores de outras redes.

Tanto a cooperação como a competição são fenómenos emergentes e naturais nas Redes Sociais, resultam num impacto diferenciado na estrutura social, (Aunton, 2004). A cooperação surge em weblogs coletivos, produzidos por várias pessoas, que dependem da cooperação entre todos os seus utilizadores para que continuem a existir, através de opiniões e relatos. Estes elementos dinâmicos são fundamentais para a perceção das Redes Sociais no tempo, e a sua compreensão enquanto elementos não estáticos. Por esta razão, é importante a referência à informação nas Redes Sociais.

2.4 O Facebook e o Google+: breve apresentação

Num universo tão competitivo como a Internet, em que as constantes inovações tecnológicas marcam a diferença, são vastas as formas de interagir no que toca a *sítes* de Redes Sociais como o Facebook e o Google+.

O Facebook é uma das Redes Sociais mais utilizadas em todo o mundo como espaço de encontro, partilha, interação e discussão de ideias e temas de interesse comum. Criado a 4 de Fevereiro de 2004, por Mark Zuckerberg, sob a designação Thefacebook, pretendia, inicialmente⁷, colocar em contato os alunos da universidade de Harvard através de um perfil com apenas uma imagem, informações pessoais e académicas para que os estudantes pudessem comunicar entre si, partilhar informação académica, enviar mensagens e publicar fotografias. Após três meses depois do seu arranque, encontrava-se já a funcionar em outras três universidades dos EUA e tinha perto de 100 mil utilizadores.

Em 2005, na sequência da compra do domínio “facebook.com”, Parker alterou o nome da empresa simplesmente para Facebook, alargando o acesso a mais de 800 redes universitárias e de liceus. Para participar, os utilizadores tinham que estar filiados a uma instituição de ensino superior, como alunos, professores ou funcionários.

A 26 de Setembro de 2006, esta situação foi alterada e o Facebook deu um passo em definitivo rumo ao sucesso: abriu a rede social ao mundo, possibilitando a participação de qualquer indivíduo através de redes baseadas em interesses pessoais e profissionais, localização (países, cidades ou vilas), trabalho ou ensino, desde que, maiores de 13 anos de idade e com endereço de correio eletrónico válido. A população mundial aderiu em massa e, atualmente, o Facebook já alberga mais de 1 bilhão de utilizadores de todo o mundo. Como se pode verificar no Gráfico 2, a rápida expansão do Facebook implicou um drástico crescimento do número de utilizadores e mesmo depois

⁷ Idealizado por Mark Zukerberg e os seus colegas de quarto da faculdade (Eduard Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes).

deste sucesso, mostra raros indícios de quebra na popularidade. Em junho de 2013, o Facebook registou perto de 1.150 milhões de utilizadores (Facebook, 2013).

Evolução do número de utilizadores do Facebook de 2004 a 2012



Gráfico 1 - Evolução do número de utilizadores do Facebook de 2004 a 2012

Fonte: adaptado de Wilson et al. (2012); The Associated Press (2013)

O Facebook é uma rede social gratuita que subsiste através das receitas de publicidade, em que os utilizadores criam um perfil individual para interagirem com outros utilizadores. Representa uma nova forma de estabelecer relações, recorrendo a uma vasta lista de ferramentas e aplicações que permitem aos comunicar e partilhar informação (adicionar fotografias, vídeos, comentários, ligações, enviar mensagens, integração com outros websites, dispositivos móveis, aplicações de *e-mail*, *RSS feeds* e outras tecnologias) bem como, controlar quem pode ter acesso a informação específica ou realizar determinadas ações (Educause, 2007).

Especificamente, as características principais que promovem a comunicação no Facebook inclui um sistema de “mensagens” que permite conversas privadas, bem como um “mural” que possibilita uma comunicação de carácter mais coletivo. Além destes dois sistemas, a página de entrada (ou página inicial do Facebook) expõe toda a informação que está especificamente relacionada com o utilizador, agrupada e atualizada em tempo real, contendo um calendário personalizado de eventos e um feed de notícias onde as participações mais recentes dos ‘amigos’ são expostas por ordem cronológica. O Facebook agrega ainda recursos que possibilitam ações interativas como: juntar-se a grupos, criar documentos com a participação de todos, criar eventos com que, de certa forma contribuem para o desenvolvimento de determinadas capacidades como a tomada de decisão, planificação de tarefas e disciplina.

Já a 28 de junho de 2011, a Google numa nova tentativa de implementação de uma rede social, depois do fracasso do Google Buzz e do Google Wave, surge com o Google+. Por vezes abreviado G+ e pronunciado Google Plus, o Google+ é uma rede social mas também um serviço de identidade mantido pelo Google Inc.

Inicialmente, foi lançado apenas numa versão de teste, com um número limitado de utilizadores e realizada só por convite. No entanto, no dia seguinte ao seu lançamento, os utilizadores existentes (que se registaram) receberam uma autorização para a convidar amigos, acima de 18 anos de idade, a criarem

a sua própria conta. No período de testes fechados, a rede social alcançou, aproximadamente, 10 milhões de utilizadores.

De acordo com a ComScore, uma empresa de pesquisa de marketing na Internet, os dados⁸ recolhidos até julho de 2011 mostraram que o Google+ atingiu os 20 milhões de utilizadores, 21 dias depois do lançamento, um número que o Facebook levou três anos.

O lançamento oficial para a generalidade do público, foi realizado em 31 de julho de 2011 e, atualmente, o Google+ tem mais de 350 milhões de utilizadores, sendo considerado o *site* com o crescimento mais rápido da história.

Construída para agregar vários serviços do *Google*, como Google Contas, Fotos, PlayStore, Youtube e GMail, esta rede social também introduz muitas características novas, incluindo Círculos (grupos de amigos), Sparks (sugestões de conteúdo), Hangouts (chat individual ou em grupo por texto ou vídeo) e Hangouts On Air (transmissões ao vivo via YouTube), não apenas para facilitar partilhar, mas também para deixar o *Google* cada vez mais pessoal pois, quando se fala em *Google* fala-se em pesquisa rápida e eficiente.

Mas, ainda é cedo para saber se a mais recente aposta do *Google* vai conseguir bater os números da rede social com mais utilizadores no mundo, o Facebook.

De um modo generalizado, a estrutura dos *sites* de Redes Sociais é composta pelos perfis dos seus utilizadores e pelo conjunto de amigos, que por sua vez, também são utilizadores do site, com quem estes vão comunicando e estabelecendo conexões. Aquando do registo no *site*, a pessoas são convidadas a responder a um conjunto de perguntas de perguntas relacionadas com a localização, idade, atividade e interesses, com o intuito, certamente, de permitir uma maior caracterização do utilizador. Alguns *sites* permitem que seja

⁸ Disponível em: <http://www.comscore.com/por/Insights/Data-Mine/Google-Plus-Reaches-20-Million-Visitors-in-21-Days> (acedido em janeiro de 2015).

adicionada uma foto, conteúdo multimédia e acrescentadas aplicações que melhoram o perfil. Em alguns deles, existem mecanismos que possibilitam o envio de comentários, noutros são disponibilizadas plataformas de mensagens instantâneas e outros servem-se dos dois mecanismos. Relativamente à visibilidade do perfil e às definições de privacidade, observa-se que estas diferem de *site* para *site*. Após o registo, os utilizadores podem criar ligações com outros membros que, dependendo do tipo de *site* de Redes Sociais, força a aprovação bidirecional, como acontece no Facebook, o que fundamenta a sentido de “Amigos”. Por sua vez, no Google+, os utilizadores estruturam os seus contactos criando “círculos” de amizade próprios, com os contactos que realmente importam, operando a interação e partilha de informação com *“conjuntos de pessoas mais pequenos e próximos, em vez de expor tudo para toda a gente como é comum no Facebook”*.⁹

2.3 Os portugueses e as Redes Sociais

As Redes Sociais estão a tornar-se numa norma que faz parte do dia-a-dia das famílias portuguesas, exercendo um papel essencial na sua vida. Esta realidade, em razão grande popularidade destas redes, tem vindo a ser objeto de estudo.

De acordo com o inquérito levado a cabo pelo OberCom, em 2008, cerca de 53% dos internautas em Portugal utilizavam Redes Sociais. (OberCom, 2008, p. 4), números que não pararam de crescer desde então. Logo em 2010, como revela o estudo desenvolvido no âmbito do World Internet Project (WIP)¹⁰, através da aplicação de um questionário a uma amostra populacional de 1255

⁹ Artigo consultado no site online do jornal The New York Times. Disponível em: <http://gadgetwise.blogs.nytimes.com/2011/06/30/what-google-is-all-about/> (acedido em janeiro de 2015)

¹⁰ Projeto fundado pelo Center for the Digital Future Annenberg School of Communication (1999), da Universidade da Califórnia do Sul, com o objetivo de avaliar os impactos sociais da utilização da Internet. Integra investigadores de instituições e universidades de 34 países dos vários continentes. Portugal é representado pelo Lisbon Internet and Networks International Research Programme (LINI) surgido do trabalho conjunto do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), da Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP (UMIC), do OberCom e da Associação para o Desenvolvimento das Telecomunicações e Técnicas de Informática (ADETTI).

indivíduos a nível nacional, os investigadores avançam que 56,4 % dos internautas utiliza as Redes Sociais.

Não é necessário avançarmos muito no tempo para observarmos um acréscimo significativo do número de utilizadores. Dados relativos a 2013¹¹, indicam que 70,6% dos internautas portugueses participam em Redes Sociais. (OberCom, 2013, p.123).

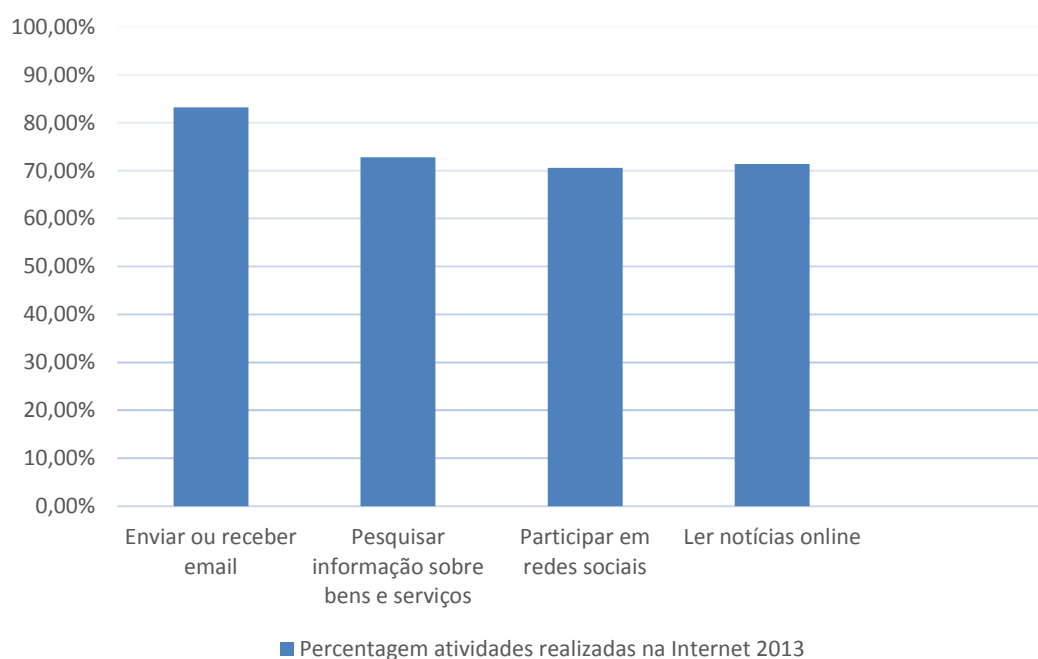


Gráfico 2 - Percentagem de atividades realizadas pelos internautas em Portugal, em 2013

Fonte: OberCom. Anuário da Comunicação 2012-2013 (adaptação própria)

As Redes Sociais têm sido uma realidade muito explorada pelos portugueses, que diversificam quer a utilização de diversas redes, muitas vezes em simultâneo, quer a sua atividade em cada rede. (OberCom, 2014, p.16).

Os dados relativos à utilização de Redes Sociais em 2011¹² revelam uma percentagem esmagadora de utilizadores da rede Facebook (93,7%), que tem vindo cada vez mais a afirmar a sua posição em todo o mundo. Verifica-se

¹¹ Inquérito realizado pelo INE à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias portuguesas entre 2002-2013. Fonte: OberCom. Anuário da Comunicação 2012-2013, p. 123).

¹² Relatório da OberCom sobre a relação dos portugueses com a Internet, aproveitando o Inquérito Sociedade em Rede 2011.

pelas últimas estatísticas do Social Bakers¹³, um *site* especializado na observação de dados estatísticos¹⁴ das Redes Sociais, que em Portugal há atualmente mais de quatro milhões de utilizadores do Facebook e estes utilizadores representam cerca de 40% por cento da população total. Por sua vez, a rede social Google+, considerada um dos *flops* globais em termos de networking social confirma a sua tendência em Portugal, onde apenas 4,8% dos utilizadores de Redes Sociais dizem ter conta nesta rede. (OberCom, 2012, p.25).

Dados mais recentes da OberCom, datados de 2013, revelam um aumento pouco significativo (4,3%) dos internautas portugueses utilizadores de Redes Sociais com perfil criado no Facebook (98%). Já no que respeita ao Google+, houve um aumento bastante considerável (8,7%) da percentagem de utilizadores que têm um perfil criado nesta rede social (13,7%). (OberCom, 2014, p.16)¹⁵.

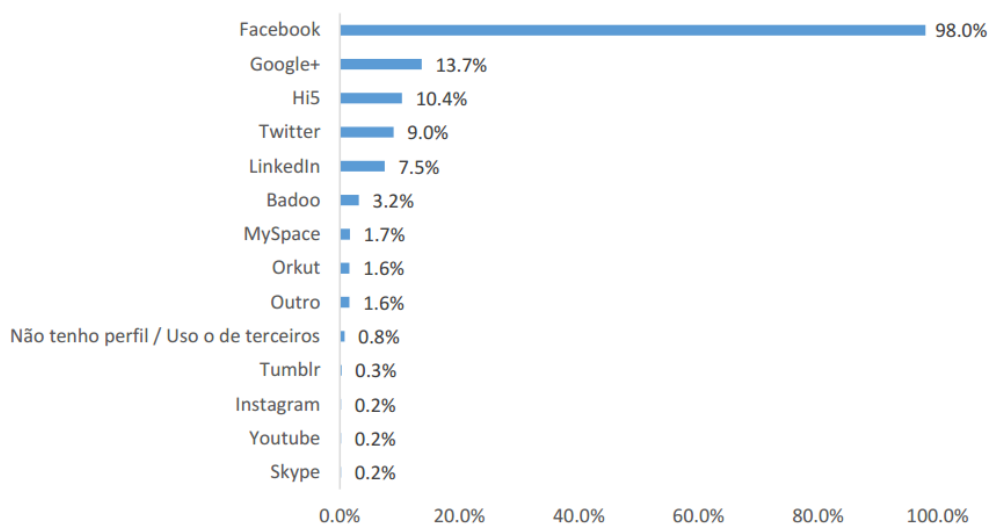


Gráfico 3 - Redes Sociais utilizadas pelos portugueses

Fonte: OberCom. A Internet em Portugal. Sociedade em Rede 2014

Um estudo Bareme Internet, da Marktest¹⁶, que compilou dados entre 2008-2013, confirma: o número de utilizadores que acedeu ao Facebook tem vindo a

¹³ <http://www.socialbakers.com/>

¹⁴ Disponível em: <https://www.pinterest.com/pin/278167714457210536>

¹⁵ Dados produzidos no âmbito do Inquérito Sociedade em Rede 2013, aplicado em meados de 2013 a uma amostra representativa da sociedade portuguesa (n=1542).

¹⁶ Consulta dos documentos de apresentação dos relatórios com informações sucintas. Disponível, após registo e login em <http://www.marktest.com>.

crescer desde 2010. Já em 2014, um estudo da mesma empresa, confirma a tendência para o crescimento do Google+ em relação ao número de utilizadores em Portugal (41%), enquanto o Facebook baixa dois pontos percentuais quando comparado com o estudo da OberCom, realizado em 2013.

Quanto aos motivos para aderir a uma rede social, declarados pelos respondentes do inquérito Sociedade em Rede 2011 da OberCom (n=450), não são mutuamente exclusivos e têm, nalguns casos, relação lógica entre si. (OberCom, 2012, p. 29).



Gráfico 4 - Motivos para o acesso às redes sociais

Fonte: OberCom, (2012). Sociedade em Rede 2012. A Internet em Portugal.

Primeiramente, quando o motivo se prende com a possibilidade de manter um contato à distância, a percentagem de inquiridos fixa-se nos 87,6%. De seguida, quando o motivo está relacionado com o sentido de proximidade e de pertença, os respondentes 84,1% afirmam ter-se inscrito porque a maioria das pessoas que conhecem já pertencia a este tipo de *sites*. Em terceiro surge, a possibilidade de partilha (de pensamentos, comentários, vídeos e fotos), indicada por 83,8% dos utilizadores. Logo abaixo, o fortalecimento de laços sociais já existentes *offline*, apresentado por 80,0%, os que aderiram porque foram convidados (79,7%) e a intenção de conhecer novas pessoas motivou 78,7% dos indivíduos a aderir a estas redes. Os motivos profissionais aparecem apenas no fim da lista (40%). (OberCom, 2012, p. 29)

As ações que as Redes Sociais possibilitam são infindáveis, sendo que, são fundamentalmente os utilizadores, que fazem das suas páginas de perfil o ponto de partida para navegar *online*: A força dos laços aumenta tanto com comunicação individual (posts, comentários e mensagens) mas, também pela absorção do conteúdo exportado pelos amigos, (estados, updates, fotos, vídeos etc.). Assim, considera-se que o efeito é maior para as peças compostas, tal como comentários, posts e mensagens do que para ações de um clique como “gostos”. (Burke, Moira; Kraut, Robert, 2014). Por esta razão é importante para o estudo avaliar quais as funcionalidades que os internautas portugueses estão a utilizar nas Redes Sociais.

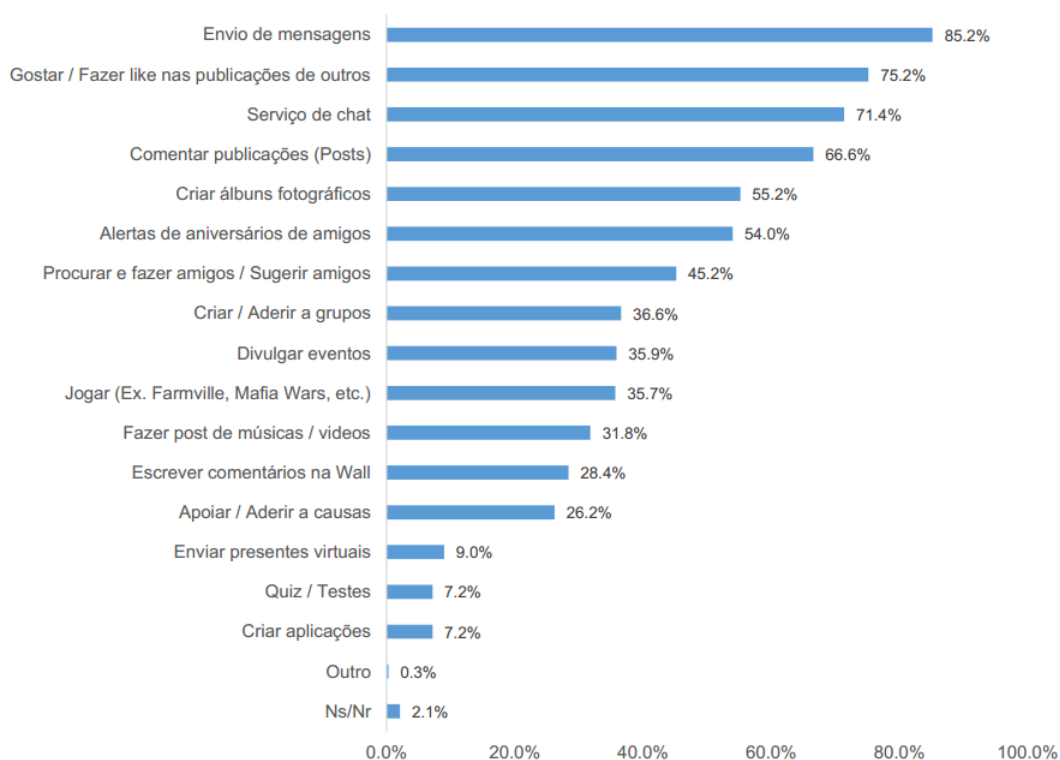


Gráfico 5 - Funcionalidades utilizadas nos sites de Redes Sociais em Portugal, em 2013

Fonte: OberCom. A Internet em Portugal. Sociedade em Rede 2014

Observando o gráfico 3, verifica-se, o que as funcionalidades mais populares entre os utilizadores das Redes Sociais em Portugal dizem respeito à comunicação direta com outros utilizadores (envio de mensagens (85,2%), gostar das publicações de outros (75,2%), chat (71,4%) e comentários (66,6%), enquanto que as menos populares dizem respeito a aspetos da rede que

exijam mais mobilização pessoal ou proatividade (adesão e criação de grupos (36,6%). (OberCom, 2014, p.18).

Pode-se constatar então, que as Redes Sociais, para os indivíduos da amostra (representativa da sociedade portuguesa, n=1542), do inquérito Sociedade em Rede 2013, representam uma caracterização nítida de uma rede de amizades ou seja, um maior impacto provocado por estas redes ao nível do relacionamento com os amigos (84,7%). Em contrapartida, apenas 12,2% afirma ter na sua lista amigos pessoas que não conhecem pessoalmente, maioritariamente. (OberCom, 2014).

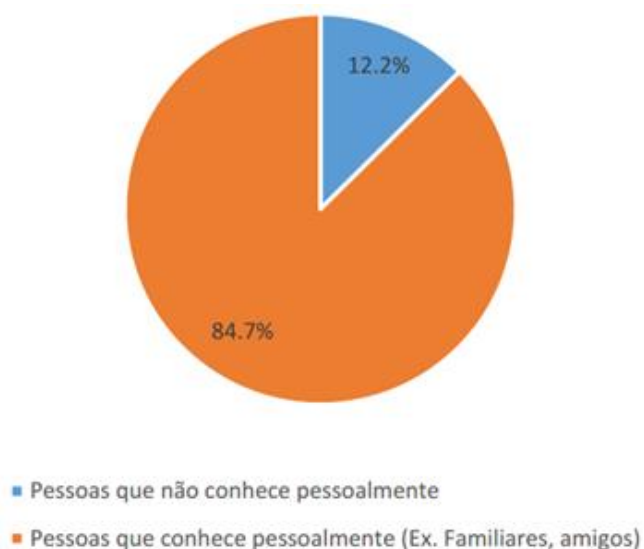


Gráfico 6 - Pessoas na área de amigos nas Redes Sociais

Fonte: Fonte: Obercom. A Internet em Portugal. Sociedade em Rede 2014

Mas, “não basta olhar para um lado (eu) ou para o outro (tu). É preciso atentar para o “entre”: o relacionamento.” (Primo, 2007, p.7). Assim, a descoberta dos efeitos das redes sociais em grupos, como por exemplo os estudantes do ensino superior, tem-se apresentado como um desafio.

2.2 A interação, a partilha de informação e os estudantes do Ensino Superior nas Redes Sociais

Como anteriormente se referiu, a Internet potenciou novas formas de aceder à informação e possibilitou uma maior facilidade das pessoas poderem expressar as suas opiniões. Como afirmam Blattman e Silva (2007), a evolução de uma nova conceção de Internet, a chamada Web 2.0 ou Web social permite “a criação de espaços cada vez mais interativos, nos quais os utilizadores possam modificar conteúdos e criar novos ambientes hipertextuais” (Blattman; Silva, 2007, p.197).

Desde o princípio da humanidade que o Homem procura organizar-se em grupos, com os quais estabelece vínculos e constrói os mais diversificados tipos de comunicação, partilha de informação e produção de conhecimento. Mas, a tecnologia tem evoluído constantemente e os meios de comunicação, atualmente, têm vindo a acompanhar essa evolução, ampliando as possibilidades de interação entre indivíduos, num curto espaço de tempo.

A expansão do acesso ao mundo virtual proporcionada pela rede, possibilitou uma expressiva popularização dos meios de comunicação, permitindo a democratização do acesso à informação e o surgimento de um fenómeno sem precedentes - as Redes Sociais.

As Redes Sociais chegaram, e para ficar, revolucionando o modo de se comunicar e de se expressar na sociedade. De facto, a comunicação tem sido a grande atração, pela rapidez e objetividade com que as informações são transmitidas e chegam até os indivíduos. Estas redes caracterizam o lado social e mais interativo da Internet, onde os utilizadores têm um papel preponderante na produção, difusão e acesso à informação, e conseqüentemente, na sua capacidade de processamento e de produção de conhecimento em novos espaços e lugares.

As Redes Sociais são aplicações que suportam um espaço comum de interesses, necessidades e metas semelhantes para a colaboração, a partilha de conhecimento, a interação e a comunicação (Pettenati et al., 2006; Brandtzaeg et al., 2007). Segundo Recuero (2009) as Redes Sociais são compostas de representações dos atores sociais e das suas conexões e interações individualizadas e personalizadas. As conexões são os elementos que criam a estrutura através da qual se formam as Redes Sociais. Uma rede social é portanto definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas ou grupos - os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999).

Em resultado desta nova realidade e procurando aproveitar um novo mundo de oportunidades, surgem os *sites* de Redes Sociais que permitem o registo de novos utilizadores, oferecendo-lhes a possibilidade de editar, partilhar conteúdos e informação, bem como convidar amigos para criar uma rede de contactos. Disponibilizam ferramentas de comunicação e interação em tempo real, estão dependentes da interação humana e o seu efeito cessa sem a sua intervenção: “A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais nem suas conexões.” (Recuero, 2009, p. 24).

Para Recuero (2009), estes *sites* não são uma verdadeira inovação, derivam da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador. Segundo Boyd e Ellison (2007), os *sites* que têm Redes Sociais são designados de sites de Redes Sociais, embora todas as ferramentas de comunicação que são mediadas pelo computador terem a capacidade de suportar as Sedes Sociais, os autores definem estes sistemas como os que permitem a construção da rede social.

Estas plataformas podem ser dirigidas às circunstâncias de trabalho para ligar pessoas com interesses comuns ou para manter contacto entre colegas (Ellison et al., 2007), na medida em que os utilizadores se encontram, muitas vezes, *online* beneficiando das ferramentas disponíveis que possibilitam uma

fácil comunicação. São *sites* que permitem uma nova geração de espaço público mediado (Boyd, 2007).

Recuero (2009) defende que os espaços públicos mediados apresentam determinadas características:

- *Persistência*, que está relacionado a permanência no ciberespaço de tudo o que é dito, todas as informações publicadas permanecem no ciberespaço;
- *Capacidade de pesquisa* está relacionada com a capacidade de permitir a procura e permitir que os atores e as informações sejam rastreados;
- *Replicabilidade*, todas as informações que forem publicadas podem ser replicadas por qualquer pessoa.

Através da constante conexão e inter-relação entre os utilizadores, as informações que circulam nessas Redes Sociais tornam-se persistentes e capazes de serem organizadas e direcionadas para uma determinada audiência invisível e que seja facilmente replicável (Recuero, 2009). Esta circulação de informações é uma circulação de valor social, que tem impactos na rede. Segundo Recuero (2009) as informações que circulam nas Redes Sociais têm como base a percepção de valor que é gerado pelos autores sociais e, neste caso, as informações estão relacionadas com o capital social. Este capital social é o valor que circula no interior de uma rede social (Coleman, 1988; Lin, 2001; Putnam, 2000; Bourdieu, 1983).

Neste caso, para Putnam (2000) o capital social representa um conjunto de recursos que o grupo possui, e para Bourdieu (1983) “este constitui-se como resultado das relações sociais. O capital social apresenta uma dualidade, pois é individual e coletivo. É coletivo porque faz parte da comunidade virtual e é individual porque utiliza-se de todos os recursos disponíveis”.

Para Ellison, Steinfiel e Lampe (2007) as Redes Sociais tem como objetivo, além de permitir a ligação entre as pessoas e auxiliar a manter laços sociais, atuar como facilitador da construção do capital social. Considerado como um

sistema, permite que as relações sociais sejam mantidas à distância e, principalmente, permite que os seus atores possam gerir estas conexões. Desta forma, a internet proporciona aos atores, um maior controlo da sua rede social, e uma mobilização do capital social para a sua apropriação (Wellman, 2002). O autor demonstra o papel do sujeito na rede, ao referir-se à mudança que é gerada pela tecnologia, ao criar as Redes Sociais pessoais ou o *“individualismo em rede”*. Ou seja, o sujeito passa a dispor de ferramentas inovadoras e interativas para participar coletivamente com outras pessoas, para criar relações e comunidades, para escrever e partilhar informação e conteúdos multimédia, mas de forma virtual.

Certamente, a Web 2.0 tem um aspeto tecnológico fundamental, mas não se reduz apenas a isso. Além de permitir novas formas de publicação e partilha de informação, amplia os espaços para a interação entre os participantes no processo. Tal como defende Primo (2006, p.7):

“O estudo das redes sociais não deve levar em conta apenas os aspetos tecnológico e de conteúdo, mas também as interações sociais. A interação social é caracterizada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto (geográfico, social, político, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles. A interação pela rede pode seguir tanto a forma “um-um” ou “todos-todos” de acordo com a disponibilidade de ferramentas de comunicação.”

As Redes Sociais como veículos de circulação de informação têm a capacidade de gerar mobilizações e conversações de interesse para os próprios grupos sociais.

Para além de pensarmos na evolução e presença quase constante das novas tecnologias computacionais, ligadas às novas formas de aprendizagem, temos que refletir e tentar identificar de que modo a introdução das tecnologias digitais permite novas abordagens à aprendizagem e interação social, num momento de grandes transformações culturais.

Owen (2006) destacou nos seus estudos algumas das transformações culturais mais marcantes da nossa sociedade, como:

- criatividade: com os consumidores a estarem cada vez mais produtores;
- atenção: com a variada informação que temos atualmente, de diversos modos que nos faz ficar, de certo modo, com um estado de dispersão mental, com toda a facilidade de comunicação existente através das mensagens, blogues, *chats*, etc.;
- o espaço: onde as variadas comunidades virtuais na cultura Web, onde estas acabam por dar lugar ao espaço físico;
- a identidade: onde a disponibilidade virtual confunde muitas vezes a identidade virtual com a identidade real (Owen, 2006).

A natureza dos relacionamentos nas diversas comunidades sociais difere. Cada indivíduo tem um determinado objetivo, na procura de informação técnica, como o entretenimento, partilha de sentimentos e emoções com outros internéticos, bem como a elaboração de negócios. Deste modo, as comunidades em linha podem ter várias utilidades, sendo somente instrumentais para troca de informação, no computador, ou atravessam a parte instrumental, passando para a esfera física através de encontros. Por esta razão Alon, Brunel e Siegal; 2004, referem que as comunidades são mais do que um mecanismo de troca de informação, é necessário que haja uma proximidade e interesses comuns. As relações sociais são dinâmicas e “os utilizadores cada vez mais formam comunidades e se relacionam com grupos de interesses semelhantes” (Castells, 2001, p.162).

Segundo Recuero (2005), a estrutura de uma rede social é composta por interações sociais, sedimentadas por meio de trocas de informações, conferidas por meio de laços sociais. A autora expõe que laço social está ligado à interação social, ou seja, às conexões formais onde os laços podem ser fortes, caracterizando uma rede pela proximidade, ou fraca, onde as relações são distantes.

Granovetter (1973) foi o primeiro investigador que fez a distinção entre a existência de laços fortes (*strong ties*) e laços fracos (*weak ties*) nas Eedes Sociais. Laços fortes existem entre os membros da família, amigos próximos e

colegas que são igualmente, amigos. Os laços mais fracos existem entre conhecidos, colegas de trabalho e pessoas com interesses comuns.

Neste sentido, as Redes Sociais têm vindo a assumir um papel cada vez mais central na sociabilidade e partilha de saber no quotidiano das pessoas. Os ambientes são virtuais, mas nem por isso deixam de formar grupos, comunidades e Redes Sociais (de partilha de informação nos mais variados formatos, de aprendizagem, de relacionamentos, etc) visto que o virtual não se opõe ao real (Lèvy, 1996). “Tal mudança cria novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações que circulam nos grupos sociais” (Recuero, 2009, p. 116).

As trocas de informação, a partilha de ideias e opiniões, experiências e sentimentos, tornaram-se presença frequente na interação digital, através das inúmeras formas e Redes Sociais existentes em todo o mundo: “Esses sistemas funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, procurando ligar as pessoas e proporcionar a comunicação entre elas” (Recuero, 2004, p, 3).

O número de utilizadores e formas de utilização das Redes Sociais é cada vez maior e diversificado, nomeadamente para interagir com pessoas conhecidas ou para conhecer novas pessoas (Ellison et al., 2007). Daí, das muitas potencialidades atribuídas às Redes Sociais, sobressair a ampliação das possibilidades de contactos e o crescente fortalecer dos laços sociais e de relação entre os utilizadores. Como aspeto relevante, Mayer y Puller (2008) referem que os contactos sociais desenvolvidos nestas redes têm um grande impacto na interação e na partilha de informação entre os membros. Daí, o potencial apresentado pelas Redes Sociais não se restringe ao número de conexões nem às interações proporcionadas por elas, amplifica a divulgação e o acesso, na maioria dos casos gratuitos, às informações, reconfigurando a maneira como os utilizadores procuram e lidam com o conhecimento.

Há uma crescente necessidade de se adquirir e partilhar informações, conhecimentos e experiências. Na última década, observou-se um considerável

crescimento das Redes Sociais que, na sua ainda curta história, têm vindo a assumir um papel cada vez mais relevante na vida dos jovens com repercussões sociais importantes, que potenciam a processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações e de construção social de conhecimento (Patrício et al., 2008).

As Redes Sociais têm tido um forte incremento de utilização por uma grande diversidade de utilizadores, representando um papel cada vez mais influente na vida social e cultural das pessoas. Nesse sentido, nas últimas décadas, a metáfora existente sobre as Redes Sociais foi aplicada com maior destaque no estudo de grupos sociais na internet, decorrente do facto destes grupos serem bastante notórios nas redes (Boyd e Ellison, 2007).

O sucesso deve-se, em grande parte, às possibilidades de comunicação instantânea, encontro de pessoas distantes, troca de informações com exposição de conteúdo com diversidade de formatos e colaboração, representando novas oportunidades não só a nível pessoal, mas também ao nível académico.

As Redes Sociais permitem que os seus membros se apresentem, articulem as suas relações sociais e criem ou preservem ligações com outras pessoas. Especificamente, as Redes Sociais

“permitem a cada utilizador criar um perfil de si próprio (através de descrições, fotos, listas de interesses pessoais) e construir uma rede pessoal de relacionamentos sociais que o conecta intencional e seletivamente com outros utilizadores pertencentes à sua rede pessoal ou outras redes pessoais e de interesses pessoais comuns, através da troca de mensagens privadas e públicas entre si” (OberCom, 2008, p.3).

No processo de globalização reforça a capacidade de interação entre as pessoas, permitindo com muito mais agilidade que a informação seja partilhada, no espaço e no tempo, de forma imediata.

Existe uma grande diferença da geração atual para a geração anterior no que se relaciona com a prática social, tendo mais opções para se relacionar em

novos ambientes, através das novas tecnologias. A maior parte da geração atual junta-se em Redes Sociais como o Facebook ou o Google+, compartilhando ideias, emoções, opiniões e conteúdos (seja em texto, imagem, áudio ou vídeo).

Apesar da maioria dos amigos que os jovens têm nas suas contas de Redes Sociais serem os mesmos da vida real, há um conjunto de “amigos” que vão colecionando. A ideia de que os laços criados nas Redes Sociais são fracos, defendida por autores como Malcom Gladwell, como vimos, é assim, de certa forma, desmistificada, sobretudo a partir do estudo, “Growing Closer on Facebook: Changes in Tie Strength Through Social Network Site Use” de um conjunto de investigadores norte-americanos (Burke, Moira; Kraut, Robert, 2014, p.1), que defendem:

“A força dos laços aumenta tanto com comunicação individual (com posts, comentários e mensagens), mas também por absorverem o conteúdo exportado pelos amigos (os estados, updates e fotos), sendo assim o efeito, maior para as peças compostas (comentários, posts e mensagens), do que para ações de um clique como ‘gostos”.

Recorrendo ainda ao Facebook, como exemplo, explicam: “O Facebook tem um maior impacto sobre as relações não-familiares e os laços que não comunicam com frequência através de outros canais.”¹⁷ (Burke, Moira; Kraut, Robert, 2014, p.1).

As Redes Sociais fazem parte do dia-a-dia dos jovens e, a pouco e pouco, os estudantes do Ensino Superior procuram fortalecer a relação académica através da interação com conteúdos e, até mesmo, com intervenientes dos processos de aprendizagem. É, assim, importante pensarmos e iniciarmos discussões referentes a esta nova forma de sociabilidade e troca de informação que acontece em rede, aglomerando números bastante significativos de sujeitos.

¹⁷ Tradução do autor: “Tie strength increases with both one-on-one communication, such as posts, comments, and messages, and through reading friends’ broadcasted content, such as *status* updates and photos. The effect is greater for composed pieces, such as comments, posts, and messages than for “one-click” actions such as “likes. Facebook has a greater impact on non-family relationships and ties who do not frequently communicate via other channels.”

Vivemos num mundo de constante revolução tecnológica e de possibilidades ilimitadas. Mas, de facto, se é verdade que a maioria dos estudantes do Ensino Superior estão atentos à realidade da importância das Redes Sociais, muitos ainda não exploram o seu total potencial. Porém, o crescimento da rede, em termos de repositório de informação e facilidade de acesso para cada vez mais pessoas, está a diversificar as perspetivas dos estudantes do Ensino Superior. De acordo com Aguiar e Silva (2011), as Redes Sociais são, cada vez mais, parte da realidade da comunidade académica e os estudantes universitários não são exceção, acedendo diariamente aos *sites* de Redes Sociais.

Os estudantes têm agora à sua disposição uma grande variedade de formas de criação de conteúdos e mostram estar interessados em demonstrar resultados de aprendizagem através da criação de conteúdos nestas novas plataformas, nomeadamente para envolver outros alunos e desenvolver as suas competências, aumentando a capacidade crítica, de revisão e a capacidade criativa (Gray, 2010). Conforme afirmam Santana, Golder, Wilkinson e Huberman (2011), os estudantes universitários utilizam as Redes Sociais para trocar mensagens, partilhar informações, e manterem-se em contato uns com os outros, gastando para isso uma quantidade de tempo bastante considerável.

As possibilidades de criar conteúdo através das Redes Sociais, partilhando as suas experiências pessoais ou formando opiniões em relação a notícias, constitui uma oportunidade para os alunos do Ensino Superior poderem tornar a sua opinião relevante perante indivíduos que partilhem o mesmo tipo de interesses. Nestes espaços, a possibilidade de encontrar um grande número de pessoas em simultâneo é maior, podendo estruturar diversos grupos de sujeitos com mais liberdade para discutir qualquer tema e partilhar informações, seja através de arquivos ou mensagens.

Segundo Pempek et al. (2009), as Redes Sociais usam um conjunto de tecnologias que as tornam mais interativas e sofisticadas, com interfaces mais rápidas e fáceis de usar, enriquecendo assim a experiência do utilizador, podendo ser usadas da mesma forma que os *sites* pessoais e aplicações de mensagens instantâneas, constituindo um espaço fácil e acessível para

interação e troca de opiniões. Com relação aos estudantes do Ensino Superior podem apoiar em estratégias de disseminação dos recursos informacionais, na comunicação ativa e participativa, ajudando na tomada de decisão, através de um contato mais direto, informal e com uma linguagem acessível.

Verifica-se no estudo apresentado por Miranda et al. (2010), relativo à utilização das Redes Sociais por parte dos estudantes do ensino superior, que na sua maioria, os motivos que levam os levam a aceder às Redes Sociais são contactos com amigos (98%), entretenimento (90%), apoio à aprendizagem (62%), discussão de temas de interesse (50%), promoção de eventos (44%) e contactos profissionais (40%). Assim, os alunos apresentam opiniões muito favoráveis sobre as potencialidades das Redes Sociais como recurso de apoio à aprendizagem. De acordo com as categorias definidas pelos autores, a distribuição em termos percentuais, das unidades de análise pelas categorias referidas é a seguinte: recursos disponíveis (31%), contactos (19%), facilidade de utilização (17%), sem interesse (12%), construção de conhecimento (10%), partilha de conteúdos (9%), outras (2%).

A colaboração entre os estudantes proporciona a aprendizagem fora da sala de aula e contribui para uma construção conjunta do conhecimento. As Redes Sociais apresentam-se assim como uma alternativa relevante às plataformas tradicionais, uma vez que focalizam o espírito colaborativo, adaptando o carácter pessoal com as ferramentas interativas de grupo, como *chat*, mensagens e páginas de discussão (Arnold, 2010).

Também Martín Moreno (2004) defende que, as Redes Sociais são excelentes ferramentas de promoção da colaboração, na medida em que desenvolvem a motivação de todos os intervenientes no grupo para os objetivos e conteúdos de aprendizagem; a aprendizagem obtida por cada indivíduo fomenta a aprendizagem do grupo e os seus membros atingem maiores níveis de rendimento académico; favorecem uma maior retenção da aprendizagem; promovem o pensamento crítico (análise, síntese e avaliação de conceitos), ao fornecer oportunidades de debater os conteúdos; a diversidade de

conhecimentos e experiências do grupo contribuem positivamente para o processo de aprendizagem.

Porém, a partilha da informação e do conhecimento só terá resultados se implicar um processo de aprendizagem, pois o simples acesso não modifica a realidade, perdendo o sentido (Tomaél; Alcará; Di Chiara, 2005). Assim, não basta apenas a informação ser transmitida e partilhada, deve implicar uma aprendizagem numa troca de conhecimento entre as partes, para modificar a realidade.

Concebendo a produção de aprendizagem enquanto processo social e que, portanto, acontece na interação com o outro, considero de suma importância as relações sociais que se instituem nas Redes Sociais. Visto que os sujeitos imersos nestas redes estão em constante intercâmbio com outros sujeitos, comunicando-se, trocando ideias, informações, compartilhando saberes, estas trocas, a meu ver, possibilitam construções de aprendizagens.

Contudo, ao utilizarem as Redes Sociais como ferramenta académica, os estudantes universitários tornam-se responsáveis pela sua própria aprendizagem. Macedo (2009), afirma que ao agir sobre a informação que obtém, modificando-a e anexando-a a seu repertório, cada utilizador pode potencializar o seu uso e retirar o lucro que empreende. Incentivo, determinação e disciplina são as palavras-chaves para tirar o melhor proveito delas.

3. Metodologia

3.1 Opções metodológicas

O estudo a desenvolver de seguida terá por base uma estratégia de investigação assente em duas componentes principais pois, a junção de várias abordagens, ajudam-nos a conectar interpretações explicativas, analíticas e compreensivas em direção ao nosso problema de pesquisa.

Como forma de tecer os argumentos necessários para sustentar esta afirmação, a segunda componente da estratégia de investigação pretenderá identificar os instrumentos de recolha de dados que serão utilizados na implementação do estudo, bem como justificar o recurso aos mesmos.

Na primeira etapa, foi realizada uma pesquisa exploratória bibliográfica que, para Oliveira (2001) tem por finalidade admitir diferentes formas de apoio para as pesquisas científicas. Lakatos (2003) afirma que este é o primeiro passo, pois encontraremos diversos trabalhos referentes ao assunto desejado, permitindo que esta teoria ajude na elaboração dos resultados. Já na segunda etapa, esta dissertação apoiou-se, em termos metodológicos, num formato de pesquisa exploratória, com uma génese metodológica de estudo de caso e com recolha de dados qualitativos através de um inquérito por entrevista, distribuído *online*.

Uma vez que, no âmbito deste estudo, se procura analisar o comportamento dos jovens nas Redes Sociais selecionadas, os indicadores centram-se na forma como os alunos estão a relacionar-se tendo em vista, entre outros, o formato, assuntos de interesse e tipo de conteúdos produzidos. Isto implica que, em primeiro lugar, foi necessário inquirir previamente os jovens, através do questionário, se têm ou não presenças *online* e, em segundo, qual a rede social ou Redes Sociais utilizadas.

Tratando-se de um estudo exploratório, não sendo completamente possível obter uma indicação clara a propósito do resultado a atingir nem ser objetivo a validação de hipóteses, mas considerando que “a hipótese fornece à

investigação um fio condutor particularmente eficaz que, a partir do momento em que ela é formulada, substitui nessa função a questão de pesquisa” (Quivy et al., 2005 p, 119 e 120), e que só com o resultado da investigação poderemos verificar se a hipótese pode ou não ser entendida como resposta, foram formuladas as seguintes questões de investigação:

- A maioria dos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra apostam nas Redes Sociais para comunicar;
- As principais razões que levam os estudantes a aceder às Redes Sociais são o contato com os amigos e o relacionamento pessoal;
- Os estudantes consideram as Redes Sociais como uma importante fonte de partilha de informação e aquisição de conhecimento;
- A rede social mais utilizada pelos estudantes é o Facebook.

3.2 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é investigar, identificar, perceber e analisar qual a importância atribuída pelos estudantes do Ensino Superior à utilização das Redes Sociais tendo como estudo de caso os estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

3.3 Objetivos específicos

- Identificar e avaliar a presença dos estudantes da Faculdade de Letras nas Redes Sociais;
- Determinar o número de horas que estes estudantes dedicam às Redes Sociais;
- Identificar e analisar as razões pelas quais acedem às Redes Sociais em questão;
- Procurar perceber se as Redes Sociais representam uma importante ferramenta na partilha de informação e se podem ser consideradas como uma importante fonte de aquisição de conhecimento;

- Avaliar qual a rede social mais utilizada pelos estudantes da Faculdade de Letras, se o Facebook ou Google+ e perceber se já criaram uma página de discussão nesta rede.

3.4 Natureza e estratégia do estudo

O tipo de estudo a desenvolver caracteriza-se como exploratório, uma vez que tem como propósito geral “proceder ao reconhecimento de uma dada realidade pouco ou deficientemente estudada e levantar hipóteses de entendimento dessa realidade” (Carmo et al., 2008, p. 49). No entanto, considera-se que este estudo poderá também caracterizar-se como descritivo, ao ter a intenção de descrever “rigorosa e claramente um dado objeto de estudo na sua estrutura e no seu funcionamento” (Carmo et al., 2008, p. 49), mas também “a descrição das características de determinada população ou fenómeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” (Gil, 2009, p. 42).

Relativamente ao método ou estratégia, este estudo pode ser classificado como sendo um estudo de caso. Yin (1998 apud Carmo et al., 2008) evidencia que “o estudo de caso constitui a estratégia preferida quando se quer responder a questões de “como” ou “porquê”; o investigador não pode exercer controlo sobre os acontecimentos e o estudo focaliza-se na investigação de um fenómeno atual no seu próprio contexto” (p. 234). Para além de estudos de caso “cujo objetivo é a explicação de fenómenos, o mesmo autor refere ainda a existência de estudos de caso exploratórios e descritivos” (Carmo et al., 2008, p. 234). É nesta categoria que parece adequado enquadrar o estudo a desenvolver.

Para compor o nosso conteúdo de pesquisa, baseámo-nos em diversos autores de modo a validar as nossas conclusões, dar mais credibilidade ao artigo e, também, especificar os constructos que ajudaram a delinear a estrutura do estudo caso. Recorremos a várias referências bibliográficas sobre o tema, recolhidas através de bases de dados como o Science Direct, Internet e Bibliotecas.

Foi elaborado um questionário com a finalidade de obter dados qualitativos e, desse modo, analisá-los com base na literatura pesquisada e na teoria projetada previamente. Este foi composto por questões que tiveram como objetivo averiguar a utilização das Redes Sociais.

A avaliação de resultados foi feita pela análise de todas as respostas obtidas dos utilizadores. Seria expectável que estas fossem diversificadas, no entanto, embora com algumas diferenças, foram mais notórias as semelhanças nos comentários dos utilizadores. Pode dividir-se o momento de avaliação de resultados em três fases: em primeiro lugar, avaliação dos resultados gerais obtidos, em segundo lugar, avaliação dos resultados segundo o objetivo proposto e, por último, em terceiro lugar, avaliação dos resultados numa perspetiva mais geral.

Com o estudo realizado procurou-se analisar o impacto do uso da Web 2.0, nomeadamente das Redes Sociais virtuais (Facebook vs Google+), nos alunos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

3.5 Amostra

De acordo com Quivy (2005:162), população é o “conjunto de elementos constituintes de um todo”. Assim, após a definição do campo de análise do estudo, nomeadamente os alunos da Faculdade de Letras Universidade Coimbra, e dada a impossibilidade de analisar a totalidade da população, foi necessário definir uma amostra.

A amostra foi obtida a partir de dados da reitoria (datados do ano letivo 2011/2012), sendo a Faculdade de Letras constituída por cerca de quatro mil alunos, pelo que se utilizou uma amostra significativa de 383 estudantes que corresponde, aproximadamente, a 10 % da população.

Dos sujeitos da amostra do estudo, 250 (65%) indivíduos são do género feminino (também o género com maior presença de entre os números globais) e 133 (35%) indivíduos do género masculino.

Os estudantes que constituem a amostra fazem parte de 3 ciclos de estudos (Licenciatura, Mestrado e Doutoramento), sendo a distribuição dos alunos pelos ciclos de estudos a seguinte: 1.º Ciclo - Licenciatura (234), 2.º ciclo - Mestrado (102), 3.º ciclo - Doutoramento (47).

Para conseguir estabelecer uma relação com a amostra, é também necessário caracterizar a população por ciclo de estudos e por sexo. Nesse sentido, constata-se que existem 158 (63%) entrevistados do género feminino no 1º Ciclo, 66 (26%) no 2º Ciclo e 26 (11%) no 3º Ciclo de estudos. Enquanto no que respeita ao género masculino, existem 76 (57%) entrevistados que frequentam o 1º Ciclo, 36 (27%) que frequentam o 2º Ciclo e 21 (16%) que frequentam o 3º Ciclo de estudos.

3.6 Técnicas de recolha de dados

Estando perante a análise de um fenómeno social, para a realização deste estudo recorreu-se à investigação de natureza quantitativa, o inquérito por questionário, dado ser um instrumento de “colheita de dados que necessita das respostas escritas por parte dos sujeitos, sendo constituído por um conjunto de enuncia dos ou questões que permitem a colheita e quantificação de dados”, na medida em que “ permite avaliar as atitudes e opiniões dos sujeitos ou colher qualquer outra informação junto desses mesmos sujeitos” (Freixo, 2010:197).

O método quantitativo será bastante útil para traçar relações entre algumas variáveis e complementar descrições, recorrendo para isso ao tratamento estatístico dos dados recolhidos (Carmo et al., 2008). O tratamento estatístico dos dados foi realizado com recurso ao programa Microsoft Excel.

Ainda assim, para cumprir cada um dos objetivos específicos indicados previamente, foi utilizado dos diferentes métodos e técnicas de recolha de dados que se complementam entre si, apenas o inquérito por questionário.

Utilizou-se para a coleta de dados um inquérito por questionário estruturado e criado a partir do Google Docs e enviado por *e-mail* à reitoria para aprovação e autorização da partilha a todos os alunos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. A administração e posterior recolha foram efetuadas no ano letivo 2013/2014, *online*.

3.7 Inquérito por questionário

O inquérito por questionário é caracterizado pelo facto de investigador e inquiridos não interagirem em situação presencial¹⁸. O facto de a interação não ser direta faz com que seja necessário ter em consideração dois aspetos: “o cuidado a ser posto na formulação das perguntas e a forma mediatizada de contactar com os inquiridos” (Carmo et al., 2008, p. 153).

Mais especificamente, são apresentados os seguintes cuidados e respetivas estratégias consideradas na conceção e aplicação do inquérito por questionário (Carmo et al., 2008, p. 155,156).

¹⁸ Na realidade, o investigador pode estar presente na altura em que o inquirido está a responder, para o caso de surgir alguma dúvida ou para prestar esclarecimentos prévios considerados necessários. Nessa situação, investigador e inquirido estão na realidade a interagir em situação presencial mas o investigador não intervém diretamente nas questões que são colocadas ao inquirido, sendo apenas a sua função servir de “manual de ajuda”.

Tabela 2 – Cuidados e estratégias com o questionário

Cuidados	Estratégias
<p>Organização das questões. Carmo et al. (2008) indicam que o questionário deve ser organizado por temáticas claramente enunciadas, reservando-se as questões mais difíceis ou mais melindrosas para a parte final.</p>	<p>Ainda não está definido se esta será a abordagem a seguir, uma vez que se considera necessário atentar que, se tivermos um questionário muito longo, o grau de saturação pode ser algo elevado nas questões finais. Assim, se verificar que o questionário a disponibilizar é considerado longo, apesar de não ser esse o objetivo, equacionar-se-á a hipótese de colocar as questões mais difíceis a meio do questionário.</p>
<p>Existência de vários tipos de questões, nomeadamente perguntas de identificação, perguntas de informação, perguntas de descanso ou preparação e perguntas de controlo</p>	<p>Seguir as categorias de questões sugeridas pela literatura.</p>
<p>Consideração sobre o meio que será utilizado para disponibilizar os questionários.</p>	<p>O questionário foi disponibilizado sobretudo <i>online</i>.</p>
<p>Prevenção das não respostas. Identificado como um dos grandes problemas dos inquéritos por questionário, Carmo et al. (2008) indicam os seguintes fatores que podem condicionar o preenchimento dos questionários: “natureza da pesquisa, tipo de inquirido, sistema de perguntas, instruções claras e acessíveis e estratégias de reforço”.</p>	<p>Relativamente à natureza, os alunos sentiram-se razoavelmente motivados para responder às questões que lhes serão apresentadas. O facto de o inquérito também ser distribuído pessoalmente e preenchido na faz com que se considere que se está a combater um pouco as não respostas.</p> <p>O facto de o investigador estar presente possibilita ainda que sejam feitas algumas considerações prévias, de uma forma mais interativa, e que os alunos tenham oportunidade para esclarecer eventuais dúvidas antes e durante o preenchimento do questionário.</p>

De um ponto de vista mais prático, foi também necessário considerar os aspetos indicados associados ao inquérito por questionário (Carmo et al. 2008; Martins, 2009).

Tabela 3 – Aspetos associados ao questionário de investigação

Momento	Considerações
Antes - construção das perguntas	<p>Número de questões nem reduzido nem demasiado;</p> <p>Tanto quanto possível questões fechadas – mais objetivas;</p> <p>Compreensível para os inquiridos;</p> <p>Não ambíguas;</p> <p>Não indiscretas. É deontologicamente errado e dissuasor;</p> <p>Questões de controlo;</p> <p>Abrangem todos os pontos pretendidos;</p> <p>Relevantes relativamente à experiência do inquirido;</p>
Antes - apresentação do questionário	<p>Apresentação do investigador e do tema;</p> <p>Instruções precisas, claras e curtas de preenchimento;</p> <p>Disposição e revisão gráfica cuidadas;</p> <p>Número de folhas reduzido ao mínimo e apresentação do tempo médio de resposta;</p>
Durante	<p>Testar a primeira versão para verificar (pré-teste):</p> <ul style="list-style-type: none"> - se as questões são compreensíveis; - se as alternativas de resposta cobrem todas as possibilidades; - se existem questões inúteis; - se faltam questões relevantes; - se não é demasiado longo, difícil ou aborrecido;
Depois	<p>Primeira leitura que avalie a fiabilidade das respostas;</p> <p>Codificação das questões abertas;</p> <p>Tratamento e análise dos resultados;</p>

3.8 Análise e tratamento dos dados

Como foi referido anteriormente, o estudo a desenvolver baseou-se principalmente em métodos quantitativos. De entre as várias técnicas possíveis, considerou-se que o inquérito por questionário seria preferível, por ser possível obter dados que permitam uma melhor caracterização da utilização das Redes Sociais junto dos estudantes do Ensino Superior.

Sendo assim, no que respeita aos dos procedimentos de recolha, esta foi apenas obtida a partir da administração de um questionário aos sujeitos da amostra, no ano letivo de 2013/2014. Considera-se, portanto, ser um instrumento importante e ajustado na interpretação do fenómeno em estudo.

Remetido através de correio eletrónico (Gmail) ao universo de estudantes que compõem a Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, acompanhado de um texto introdutório e do *link* do Google Docs, com o intuito de obter um maior número de respostas de forma a poder sustentar melhor a análise.

Após recolha dos dados, também ela efetuada através do Google Docs, procedeu-se ao seu tratamento para criar tabelas de análise, com recurso ao programa Microsoft Excel.

4 - Apresentação e discussão dos resultados

Obtidas as respostas ao inquérito, procedeu-se então à análise dos resultados obtidos. A primeira fase refere-se ao perfil do inquirido, designadamente sexo e ciclo de estudos. A segunda parte reporta ao acesso às Redes Sociais, com a análise dos dados relativos ao número de horas de utilização, as razões da sua presença. Como se pretendia conhecer em que medida estão os inquiridos de acordo ou em desacordo com a utilização das Redes Sociais como ferramentas de informação com vista a criação de conhecimento, segue-se a análise a algumas questões fechadas. Por fim, apura-se qual a rede social mais utilizada, se o Facebook ou Google+.

4.1 Caraterização da Amostra

Tabela 4 - Número de Respostas

População	3670
Respostas	383
%	10

Como referido anteriormente a população em estudo é formada por 3670 estudantes do ensino superior da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 383 responderam ao inquérito, o que equivale a 10% de respostas, constituindo doravante a amostra do presente estudo.

Tabela 5 – Sexo

Sexo	N (%)
Feminino	250 (65%)
Masculino	133 (35%)

A amostra de estudo é constituída por 250 (65%) indivíduos do género feminino e 133 (35%) indivíduos do género masculino. Verificamos assim, que os respondentes do sexo feminino são em maior número.

Tabela 6 - Distribuição da Amostra por Ciclo de Estudos

Sexo	Ciclo Estudos		
	1º Ciclo N (%)	2º Ciclo N (%)	3º Ciclo N (%)
Feminino	158 (63%)	66 (26%)	26 (11%)
Masculino	76 (57%)	36 (27%)	21 (16%)
	234	102	47

Quando se observa a tabela 6, constata-se que os respondentes se encontram repartidos por 3 ciclos de estudos (Licenciatura, Mestrado e Doutoramento). Assim, verifica-se que existem 158 (63%) entrevistados do género feminino no 1º Ciclo, 66 (26%) no 2º Ciclo e 26 (11%) no 3º Ciclo de estudos. Enquanto no que respeita ao género masculino, existem 76 (57%) entrevistados que frequentam o 1º Ciclo, 36 (27%) que frequentam o 2º Ciclo e 21 (16%) que frequentam o 3º Ciclo de estudos.

4.2 Análise descritiva dos resultados

1. Presença nas Redes Sociais

Tabela 7 – Presença nas Redes Sociais

	Sim N (%)	Não N (%)
Feminino	229 (92%)	21 (8%)
Masculino	121 (91%)	12 (9%)
Total	350 (91,4%)	33 (8,6%)

Em relação à amostra de estudo, 383 estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, foi analisado, inicialmente, a presença destes

indivíduos nas Redes Sociais e, pelo que se constata, a esmagadora maioria acede a estas redes.

De uma forma geral, cerca de 350 entrevistados acedem às Redes Sociais, com maior permanência do género feminino com n=229, contra n=121 do género masculino. Esta representação mais diminuta do sexo masculino na amostra está relacionada com o facto de o seu universo ser constituído na sua maioria por mulheres.

Os resultados confirmam a penetração do interesse pelas Redes Sociais entre os estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Foi apurado que apenas 8,6% (n=33) de todos os estudantes contactados não acede a nenhum *site* de Redes Sociais conforme se observa na tabela 7.

2. Número Horas nas Redes Sociais

Tabela 8 – Número de horas nas Redes Sociais

	Até 5 horas N (%)	Entre 5 a 10 horas N (%)	Entre 10 a 20 horas N (%)	Mais 20 horas N (%)
Feminino	41 (11,7%)	45 (12,9%)	80 (22,9%)	61 (17,4%)
Masculino	15 (4,3%)	24 (6,9%)	37 (10,6%)	47 (13,4%)
Total	56 (16%)	69 (19,7%)	117 (33,4%)	108 (30,9%)

De seguida, no que respeita ao número de horas semanais que permanecem nas Redes Sociais, apurou-se que estes estudantes, cada vez mais, investem o seu tempo na utilização destas redes.

Quando perguntados pela frequência de uso das Redes Sociais, observa-se pela tabela que 85,4% dos respondentes aponta que passa mais de 5 horas semanais nas Redes Sociais, verificando-se uma maior permanência por parte

dos estudantes do sexo masculino (35%), apesar dos intervenientes do sexo feminino prevalecerem entre os inquiridos.

Podemos constatar ainda que quando a utilização não excede as 5 horas, apenas 14,6% dos inquiridos não despende muito do seu tempo nestas redes. Estes dados confirmam a afirmação de Golder, Wilkinson e Huberman (2011), em relação ao tempo significativo que os estudantes universitários investem na utilização das Redes Sociais.

3. Razões da presença nas Redes Sociais

Tabela 9 - Razões da presença nas Redes Sociais

	Sem Importância 1	Pouco importante 2	Indiferente 3	Importante 4	Muito Importante 5	N	Média	Desvio Padrão
Fazer amizades	109	85	141	12	0	347	2,21	0,91
Partilha interesses comuns	45	46	37	177	44	349	3,40	1,24
Razões académicas	28	54	26	178	64	350	3,60	1,29
Troca Informações	32	61	22	172	61	348	3,59	1,23
Relacionamentos interpessoais	80	94	106	52	11	343	2,58	1,10
Contacto com media	30	49	37	181	49	346	3,59	1,16
Fórum ideias	38	57	53	150	44	342	3,31	1,21
Colaboração	23	68	47	180	31	349	3,47	1,19

A tabela 9 apresenta o estudo das razões principais da presença nas Redes Sociais. Quanto à finalidade de uso das Redes Sociais, pelo que se observa, é essencialmente por razões relacionadas com o contacto com os media (n=181), colaborativas (n=180), académicas (n=178), partilha de interesses (n=177) e troca de informações (n=172), que movem os intervenientes no estudo quando utilizam as Redes Sociais.

Depois da análise dos dados, podemos afirmar que a generalização destas redes introduziu muitas alterações nas formas de aprendizagem que dão algum

privilégio à interatividade dos conteúdos e à colaboração. É cada vez mais comum ver estudantes universitários mantendo diálogos e discussões sobre os mais variados temas nas Redes Sociais. Muitos complementam estas redes como instrumento para o desenvolvimento e partilha de conteúdos diversos, entre eles académicos, de forma colaborativa.

Neste caso, pode-se referir as premissas de Aunton (2004) em relação à cooperação e competição que representam fenómenos emergentes e naturais nas Redes Sociais. Segundo este autor, são elementos dinâmicos que contribuem para a perceção das Redes Sociais.

Assim, considera-se que a filosofia das Redes Sociais visa a utilização coletiva, num ambiente acessível a todos os utilizadores, que colaboram entre si, partilhando partilham livremente a informação, de acordo com os seus interesses e necessidades.

Para a análise acima citada foram ainda utilizadas as médias e desvio padrão apuradas através da tabela 9, medidas através da escala Likert¹⁹ de 5 pontos da voluntariedade de uso (1 - Sem Importância; 2 - Pouco Importante; 3 - Indiferente; 4 - Importante e 5 - Muito Importante), desenvolvida por Moore & Benbasat (Moore & Benbasat, 1991).

Dentre as razões da presença nas Redes Sociais estudadas, e aplicadas no questionário, a mais utilizada pela maioria dos respondentes foi o contacto com os *media* (média 3,59), colaborativas (média 3,47), académicas (média 3,60), partilha de interesses (média 3,40) e troca de informações (média 3,59). Em relação ao desvio padrão percebe-se que estas razões apresentam respostas extremas, na medida, que os respondentes sempre as consideraram, na sua maioria, importantes.

¹⁹ A Escala de Likert é um tipo de escala de resposta psicométrica usada comumente em questionários, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião. Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, o público-alvo especifica o nível de concordância com uma afirmação. Esta escala tem seu nome devido à publicação de um relatório explicando seu uso por Rensis Likert (Albaum, 1997).

A estrutura dos *sites* de Redes Sociais foi criada com o propósito de conectar comunidades, onde os seus utilizadores podem interagir uns com uns outros simplesmente pela presença digital.

4. Interesse académico vs Interesse Relacionamentos Pessoais

Tabela 10 - Interesse académico vs Interesse relacionamentos pessoais

	1 N (%)	2 N (%)	3 N (%)	4 N (%)	5 N (%)	N	Média	Desvio padrão
Razões Académicas	8 (2,3%)	16 (4,6%)	12 (3,4%)	152 (43,4%)	74 (21,1%)	262	4,02	0,92
Relacionamento interpessoal	36 (10,3%)	14 (4,1%)	11 (3,1%)	15 (4,3%)	12 (3,4%)	88	2,57	1,50

Segundo a tabela 10 foi concluído que os alunos, no geral, partilham da opinião de que é importante aceder às Redes Sociais, como interesse académico (n=152) e menos para o relacionamento pessoal (n=15). A utilização das Redes Sociais com vista o interesse académico apresenta uma média de 4,02. Isto demonstra que os estudantes da amostra consideram o acesso às Redes Sociais com vista o interesse académico Importante. Porém com baixo desvio padrão (0,92), percebe-se que esta questão apresentou resposta em 'meio termo'. Ainda assim, n=74 dos respondentes considerou o acesso por questões académicas Muito Importante. Já em relação ao acesso por questões de interesse em estabelecer um relacionamento interpessoal com média 2,57 e um desvio padrão de 1,50 considera-se que os intervenientes não lhe atribuem importância.

Aufere-se que as Redes Sociais, para os estudantes da amostra, não se descrevem como uma nítida rede de amizade constituída por uma alta estrutura de superposição, tendo em vista a enorme presença dos laços fortes, confirmando as palavras do sociólogo Mark Granovetter (1973) que defende

que, a manutenção de uma rede social assentava mais em laços fracos do que em laços fortes, pois pode interligar grupos sociais diversos.

Dá-se conta que, atualmente, estão a abandonar o relacionamento pessoal/virtual através das Redes Sociais e a optar por aceder a estas com vista ao interesse académico, uma vez que, as Redes Sociais permitem partilhar, nos mais diversos formatos, informações, opiniões e questões que envolvam assuntos relacionados com a formação académica, de maneira a complementar o conhecimento pois, o conteúdo das informações deverá ser diferenciado daquele já circulado através dos canais de comunicação presencial.

Estes factos vão de encontro às premissas de Delgado (2002) o qual refere que as Redes Sociais constituem relações entre os membros, procurando o contacto entre as pessoas e, proporcionam a sua comunicação. As Redes Sociais apresentam ferramentas de comunicação síncronas e assíncronas tornando-se num espaço inovador que contribui para que aconteçam interações, socializações e aprendizagem colaborativa em rede, por meio do diálogo e da construção coletiva de saberes entre os sujeitos.

5. Importância das Redes Sociais na partilha de informação

Tabela 11 - Importância das Redes Sociais na partilha de informação

	1 N (%)	2 N (%)	3 N (%)	4 N (%)	5 N (%)	N	Média	Desvio padrão
1.º ciclo	16 (4,6%)	19 (5,4%)	17 (4,9%)	136 (38,9%)	28 (8%)	216	3,75	1,14
2.º ciclo	8 (2,3%)	20 (5,7%)	7 (2%)	34 (9,7%)	23 (6,6%)	92	3,58	1,31
3.º ciclo	4 (1,1%)	5 (1,4%)	8 (2,3%)	12 (3,4%)	13 (3,7%)	39	3,60	1,31

A tabela 11 demonstra que a maior parte dos respondentes é da opinião de que é importante a existência das Redes Sociais para a partilha de informação.

Depreende-se que estão a aceder às Redes Sociais com o objetivo de partilhar informações com aqueles que estão ao seu redor.

Na sua constituição, as Redes Sociais são um dos mais valiosos recursos (4 e 5) para a partilha de informação e foram os alunos do 1º Ciclo que, especificamente, partilharam dessa mesma opinião (n=164) com uma média de 3,75 e um desvio padrão de 1,14. Os restantes alunos apresentam opiniões generalizadas.

6. Rede social como fonte de aquisição de conhecimento

Tabela 12 - Rede social como fonte de aquisição de conhecimento

	Sim N (%)	Não N (%)
1.º Ciclo	167 (47,7%)	54 (15,4%)
2.º Ciclo	66 (18,9%)	26 (7,4%)
3.º Ciclo	28 (8%)	9 (2,8%)

A tabela 12 demonstra que, na sua maioria, os entrevistados consideram relevante a importância das Redes Sociais como fonte de aquisição de conhecimento. No entanto, são novamente os alunos do 1º Ciclo que partilham dessa mesma opinião.

Os estudantes universitários utilizam grande parte do tempo as redes para partilhar informações entre si e, a verdade é que a difusão do conhecimento foi

amplamente beneficiada, razão partilhada com mais ênfase pelos alunos do 1º Ciclo.

Estes fatores vão de encontro às premissas de Ellison, Steinfiel e Lampe (2007) que referem que as Redes Sociais tem como finalidade a ligação entre as pessoas, auxiliando na manutenção dos laços sociais e atuando como facilitador da construção do capital social. Foi, igualmente, Wellman (2002) que demonstrou o papel do sujeito na rede, referindo a mudança das novas tecnologias que proporciona o individualismo na rede.

Neste sentido, Recuero (2009) refere que as Redes Sociais são constituídas por representações dos atores sociais e das suas conexões e inter-relações ao nível individual e personalizada.

Isto demonstra que da mesma forma que as Redes Sociais se apresentam como um importante recurso de sociabilidade, podem-se configurar também como uma excelente ferramenta de aquisição de conhecimento e consequentemente provocar impactos positivos se o seu uso for portanto, relevante e eficiente.

A maior parte das dinâmicas das Redes Sociais está dependente das interações que a própria rede abarca na sua constituição. (Wats, 2003). Segundo o autor, não existem redes paradas mas sim redes dinâmicas que estão constantemente em transformação.

Contudo, para que os estudantes usufruam de todas estas vantagens a seu favor é necessário filtrar informações, analisando e retendo apenas aquilo que pode contribuir para a formação pessoal e académica, ainda que, o acesso rápido à informação, a mobilidade, a simplicidade e todos os fatores que se interligam, tenham tendência a melhorar a comunicação.

Este é o momento no qual os estudantes, mais do que recorrer apenas a livros, estão a aprender e a adaptar-se a um mundo que conta com diversas outras maneiras de comunicar e informar. Portanto, num mundo onde as conexões

são tão importantes, é fundamental que os estudantes entendam qual a melhor maneira de tirar proveito das Redes Sociais.

6. Rede social que mais utiliza

Tabela 13 – Rede que mais utiliza

	Facebook N (%)	Google+ N (%)	Outra N (%)
Feminino	215 (61,4%)	9 (2,6%)	4 (1,1%)
Masculino	112 (32%)	7 (2%)	3 (0,9%)
Total	327 (93,4%)	16 (4,6%)	7 (2%)

Quase a terminar, e quando questionados sobre qual a rede social que mais utiliza, se o Facebook ou o Google+, tendo apenas 2% dos respondentes escolhido outra rede social diferente, é evidente, ao observar a tabela 13, que o fazem maioritariamente recorrendo ao Facebook (93,4%), ao invés de utilizar o Google+ (4,6%).

É ainda importante ressaltar que, são os entrevistados do sexo feminino (61,%) que acede em maior número ao Facebook, enquanto o sexo masculino representa apenas 32% dos inquiridos que utilizam o Facebook.

No que respeita à utilização do Facebook podemos verificar que, de certa forma, existe uma concordância entre os valores apresentados por outros estudos, já supra referidos. No que diz respeito ao Google+, os dados são sensivelmente mais contraditórios. A maior disparidade surge num estudo realizado pela Masktest em 2014 que, confirma a tendência para o crescimento do Google+ em relação ao número de utilizadores em Portugal (41%).

9. Já criou alguma página de discussão na sua rede social preferida?

Por fim, foi pertinente verificar se os alunos dos três ciclos de estudo, já criaram alguma página de discussão na sua rede social preferida pois, as páginas de discussão constituem uma forma muito particular de permitir que um certo número de pessoas possa juntar-se *online*, em simultâneo, para partilhar informação e discutir temas específicos, ajudando os estudantes a desenvolverem o senso crítico e incentiva-os a manifestarem as suas opiniões. Concretamente, estas páginas incluem, não só os seus membros, como conteúdos de notícias recentes, conteúdos de murais, fotografias, vídeos e todos os comentários que lhes estão associados. Neste aspeto, são similares a páginas de perfil de Facebook, mas com características distintas.

Tabela 14 - Criação de uma página de discussão no Facebook

	Sim N (%)	Não N (%)
1.º Ciclo	43 (12,3%)	178 (50,9%)
2.º Ciclo	22 (6,3%)	60 (17,1%)
3.º Ciclo	16 (4,6%)	31 (8,9%)

Observa-se que, na sua grande maioria, os alunos dos três ciclos de estudos que utilizam as Redes Sociais ainda não criaram uma página de discussão, embora sejam os alunos do 1º Ciclo que já o efetuaram um maior número de vezes.

Ainda assim, podemos concluir que o Facebook tornou-se não só um canal de comunicação e um destino para pessoas interessadas em procurar, partilhar ou aprender sobre determinado assunto mas também, um meio de oportunidades para o ensino superior e, acima de tudo, não o podemos ignorar (Kelly, 2007).

Considerando os dados obtidos nesta investigação infere-se que a maioria dos alunos que frequenta o ensino superior na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra utiliza as Redes Sociais.

A maioria dos estudantes inquiridos manifestou opiniões muito favoráveis relativamente à utilização das Redes Sociais, no entanto ainda há um longo caminho a percorrer para que a importância que os alunos lhe reconhecem possa ser traduzida em envolvimento na aprendizagem.

O Facebook, quer se goste ou não goste, quer se tenha ou não uma conta, é hoje uma referência, é uma plataforma importante, é, mais que uma simples rede social, uma peça fundamental para a partilha de informação e obtenção de conhecimento no meio universitário/académico.

O Facebook surge como um novo cenário para aprender a aprender e aprender com o outro, ou seja, aprender a conviver virtualmente, num processo interativo e comunicacional que emerge no ciberespaço.

Não é, assim, muito descabido, ou de admirar que muitos estudantes vejam o Facebook como uma obrigação. Talvez 'obrigação', a meu ver, seja um pouco a palavra correta forma para aquilo que eu penso que seja '.

Um recente estudo²⁰, realizado pelo Pew Research Center, conduzido e orientado por investigadores da Universidade de Harvard, através de uma amostra de 802 estudantes, confirmou que esta faixa etária está a 'migrar', e a optar por outras redes.

²⁰ Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/> (acedido em fevereiro de 2015).

Tabela 15 - Síntese das questões da investigação

A maioria dos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra apostam nas Redes Sociais para comunicar.	91,4% dos respondentes afirma utilizar e gerir um perfil/conta nas Redes Sociais.
As principais razões que levam os estudantes a aceder às Redes Sociais são o contato com os amigos e o relacionamento pessoal.	Os estudantes da amostra estão a abdicar do relacionamento pessoal/virtual e a optar por aceder às Redes Sociais com vista o interesse académico (n=178 considera ser mais importante).
Os estudantes consideram as Redes Sociais como uma importante fonte de partilha de informação e aquisição de conhecimento.	A maior parte dos respondentes é da opinião de que é importante a existência das Redes Sociais para a partilha de informação (n=112) e aquisição do conhecimento (n=167).
A rede social mais utilizada pelos estudantes é o Facebook.	93,4% dos estudantes estão registados na rede social Facebook.

Conclusão

As tecnologias de informação e comunicação estão presentes em todo o contexto do mundo atual nas últimas décadas. A evolução constante dos serviços e *softwares* sociais na Internet, nomeadamente das Redes Sociais, tem proporcionado uma maior amplitude no acesso às informações. A agilidade e velocidade de interação que caracterizam estes espaços constituem em si mesmas novas oportunidades de relacionamento, partilha e aquisição de conhecimento.

A introdução das novas tecnologias provocou mudanças significativas na sociedade. Não poderia ser diferente nos jovens do ensino superior, onde tanto a aprendizagem como a tomada de decisão necessitam de informações rápidas. O desenvolvimento tecnológico tem vindo a impulsionar novos requisitos e a aumentar as expectativas dos estudantes universitários. Os alunos já adotaram estilos de vida mais flexíveis, interativos e intemporais, servindo-se das Redes Sociais para comunicar, partilhar e adquirir informação, com vista a criação de conhecimento.

A análise e interpretação realizadas ao longo da pesquisa levam a concluir que a construção, a partilha de informação e a sua difusão, com o intuito de criar conhecimento, foi uma constante desde a implementação das novas tecnologias de informação, nomeadamente, as Redes Sociais.

De seguida, considerando os dados obtidos nesta investigação, infere-se que a maioria dos alunos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra utiliza as redes sociais. Em resultado, e como o comprovam os dados no capítulo anterior, as redes sociais já não são completamente alheias aos estudantes, pelo contrário. Em relação à amostra do estudo efetuado foi possível clarificar a existência de um elevado número de estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra que acede às Redes Sociais pela partilha de interesses comuns, contacto com os *media*, por razões académicas e razões colaborativas. Ou seja, podemos considerar que a utilização prévia destas

redes num ambiente de aprendizagem informal contribuiu para que o ambiente seja gradualmente organizando como espaço de partilha, comunicação e colaboração entre todos, observando-se já um ambiente propício à aprendizagem formal, cooperativa e colaborativa no ensino superior.

Apurou-se igualmente, que os estudantes consideram as Redes Sociais como uma importante fonte de partilha de informação e aquisição de conhecimento. As redes sociais têm a capacidade de reunir pessoas que compartilham de interesses comuns e estes desenvolvimentos representam uma alteração fundamental no seu papel, no quotidiano dos alunos. A presença social está caracterizada pela capacidade dos seus intervenientes projetarem-se a si nos campos social e emocional. Assume-se a função de apoiar os objetivos cognitivos e afetivos da aprendizagem, na medida em que apoia o pensamento crítico.

Por fim, à medida que os sites de redes sociais continuam a sua expansão, constata-se que para a maioria dos inquiridos a Rede Social mais utilizada é o Facebook, utilizado como um recurso importante para promover a partilha de interesses, a colaboração, o contato com os *media* e as competências académicas. Por sua vez, no que respeita ao Google+ ainda há um longo caminho a percorrer para que a importância se lhe reconhece possa ser traduzida em envolvimento por parte dos inquiridos.

Ao finalizar o trabalho que aqui apresento, é tempo de refletir, analisar e crescer com tudo aquilo que foi desenvolvido. Espero que, com muito mais luzes do que sombras, aquilo que agora se conclui possa constituir um farol para quem, como eu, se interessa por esta área, sempre na procura constante de ser melhor profissional e melhor pessoa.

Será pertinente referir que a colheita de dados foi talvez o período mais conturbado e moroso de todo o processo, dado que a aliar ao facto de ter sido desenvolvido em período laboral, era influenciado decisivamente pela minha disponibilidade. Terá sido, porventura, e tendo em conta os receios iniciais

justificados pela inexperiência, uma das etapas que mais prazer me proporcionou.

Apesar das dificuldades existentes, das dúvidas iniciais e daquelas que percorreram todo o trabalho, dos momentos de apreensão e cansaço, foi possível conduzir a investigação a bom porto, respondendo ao problema inicial e confirmando as hipóteses definidas.

A realização de qualquer estudo implica a tomada de consciência de que sem objetividade e rigor científicos, a validade do mesmo será sempre questionável.

De qualquer forma, deverá ser também dado assente para o investigador, que existem sempre variáveis que estão fora do seu controlo, pelo que o trabalho acabará por reunir, apesar do seu esforço, algumas limitações. A este gesto de humildade deve ser associada a ideia de que as brechas existentes numa investigação são também positivas, na medida em que podem servir de ponto de partida para novas investigações.

Desde que assim se pretenda, uma investigação nunca está concluída e pode sempre servir de base para o surgimento de novas inquietações e consequentes estudos, daí que a ciência, em qualquer dos seus domínios, seja uma área incompleta por natureza e daí a sua riqueza particular.

Como limitações e sugestões para futuras investigações, apresentam-se algumas considerações. Apesar do trabalho realizado ter contribuído para o conhecimento do tema, no âmbito das Redes Sociais nos estudantes do ensino superior da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, deverão ter-se em conta algumas limitações, nomeadamente a baixa participação dos alunos no preenchimento dos questionários. Embora se mostrassem disponíveis, o retorno não foi o esperado. Porém, com a quantidade de questionários obtidos foi perfeitamente possível fazer a análise desejada. Foram sentidas algumas limitações ao nível de recursos, impedindo que se tenham utilizado técnicas complementares para uma análise mais profunda e detalhada.

Além das sugestões para futuros estudos, anteriormente mencionadas ao longo do presente texto, considero interessante desenvolver-se um estudo comparativo entre diversos grupos de estudantes de vários graus académicos, de modo a conhecer os tipos de organização, as práticas de acederem às Redes Sociais.

Este trabalho é apenas um modesto contributo para abordar um tema, que além de vasto, requer uma maior amplitude. Tendo sido objeto desta investigação um fenómeno ainda recente e em franca expansão julga-se que dentro de algum tempo seria possível repetir o estudo e comparar os resultados. Considera-se que poderia ter sido interessante alargar a investigação às escolas e faculdades, nomeadamente em Coimbra, de forma a conhecer e compreender eventuais diferenças. Pelas razões já expressas anteriormente, reafirma-se o interesse em conhecer pormenorizadamente a qualidade da presença dos estudantes inquiridos nas Redes Sociais.

Foi um trabalho feito de avanços e recuos, com toda a ansiedade e frustração que muitas vezes se impunha. Mas independentemente do resultado final, congratulo-me com a experiência e os conhecimentos obtidos. Aprender é sempre um processo de crescimento.

Referências bibliográficas

Aguiar, Giseli; Silva, José (2001) - Adoção das Redes Sociais da Internet pelas Bibliotecas Universitárias da Argentina, Brasil, Espanha e Estados Unidos. In: *XXIV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação Sistemas de Informação, Multiculturalidade e Inclusão Social*, Maceió, Alagoas.

Albernaz, Hélen Silva; Meira, Paulo Ricardo, (2010) - Marketing Digital e Redes Sociais: Um estudo de caso sobre as promoções de vendas do Submarino no Twitter. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/2010/resumos/R5-1612-1.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Allon, A; Brunel, F; Siegal, S. W. L, (2004) - Ritual behavior and community life cycle: Exploring the social psychological rules of the net ritual in the development of *online* consumption communities. *Online Consumer Psychology: understanding how to interact with consumers in the virtual world*.

Almeida, João F. (2000) - Inovação e Atitude Cultural. In: Presidência da República Portuguesa (org.). *Sociedade, Tecnologia e Inovação Empresarial*. Lisboa: Casa da Moeda, p. 34-35.

Arnold, N. (2010) - Using a social networking site for experiential learning: Appropriating, lurking, modeling and community building. The Internet and Higher Education. Disponível em: <http://gru.edu/qep/documents/articles/using-social.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Ausubel, D.P. (1982) - *A aprendizagem significativa: a teoria de David Ausubel*. São Paulo: Moraes.

Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf, David D. et. al (2003) - *Brief History of the Internet*. Disponível em: <http://www.internetsociety.org/internet/internet-51/history-internet/brief-history-internet> (acedido em maio de 2015).

Bickart, B., & Schindler, R. M. (2001) - Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of Interactive Marketing*. Nº 15 (2001), p. 31–52.

Blattmann, Ursula; Silva, Fabiano; Couto, Corrêa. (2007) - Colaboração e Interação na Web 2.0 e a Biblioteca 2.0. *Revista ABC: biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis*, v.12, n.2, p. 191-215. Disponível em: <http://www.revista.acbasc.org.br/racb/article/view/530/664> (acedido em janeiro de 2015).

Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007) - Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Disponível em [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-6101](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-6101) (acedido em novembro 2013).

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992) - *An invitation to reflexive sociology*. Chicago, IL. University of Chicago Press.

Brandtzaeg, P. B., & Heim, J. (2007) - Initial context, user and social requirements for the Citizen Media applications: Participation and motivations in off- and online communities. *Citizen Media Project*.

Burke, Moira; Kraut, Robert, (2014). Growing Closer on Facebook: Changes in Tie Strength Through Social Network Site Use. Toronto, ON, Canada. Disponível em: http://www.thoughtcrumbs.com/publications/burke_chi2014.pdf (acedido em janeiro de 2015).

Carmo, Hermano, Ferreira, Manuela Malheiro (2008) - Metodologia da investigação: guia para auto-aprendizagem. 2ª ed. Lisboa: Universidade Aberta.

Castells, Manuel. (1996) - *The rise of the network society*. Cambridge: Blackwell Publishers.

Castells, Manuel. (2002) - A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, vol. 1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

Castells, Manuel (2004) - *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Cern; J. Uyhoven et al. (2008) - Results from the LHC beam dump reliability run, *LHC Project Report* 1120.

Coleman, J. S. (1988) - Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, S95–S120 (Supplement).

Drucker, P. F. (2003) - *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios*. 1. ed. São Paulo: Pioneira.

Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007) - The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, p. 1143–1168. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> (acedido em janeiro de 2015).

Edcause, (2007) - *7 Things You Should Know About Facebook II*. Disponível em: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7025.pdf>. (acedido em janeiro de 2015).

Facebook (2013) - Key Facts. Facebook Newsroom. Disponível em: <http://newsroom.fb.com/Key-Facts> (acedido em janeiro de 2015).

Gray, K. (2010) - Students as Web 2.0 authors: Implications for assessment design and conduct”. *Australasian Journal of Educational Technology*, vol. 26 Nº 1, p. 105-122.

Granovetter, M. (1973) - The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78, 6, p. 1360-1380.

Golder, S., Wilkinson D. and Huberman, B. (2011) - *Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network*. Disponível em:

[http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/facebo ok/facebook.pdf](http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/facebo_ok/facebook.pdf) (acedido em Janeiro de 2015).

Hargreaves, Andy (2003) - *O Ensino na Sociedade do Conhecimento: a educação na era da insegurança*. Coleção Currículo, Políticas e Práticas. Porto: Porto Editora.

Hernández, Pedro (2007) - *Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea*. Disponível em: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm> (acedido em janeiro de 2014).

Ito, Mizuko, et al. (2009) - *Hanging Out Messing Around & Geeking Out: Kids Living And Learning With New Media*. MIT Press LTD.

Johnson, D. W. (2003) - Social interdependence: The interrelationships among theory, research, and practice. *American Psychologist*, 58(11), p. 931-945.

Kelly, B. (2007) - Introduction To Facebook: Opportunities and Challenges For The Institution. Disponível em: www.ukoln.ac.uk/webfocus/events/meetings/bath-facebook-2007-08/ (acedido em Janeiro de 2015).

Kuklinski, H. P. and Romaní, C. C. (2007) - *Nociones básicas alrededor de la web 2.0*. Disponível em: <http://www.planetaweb2.net/> (acedido em fevereiro de 2014)

Lakatos, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade, (2003) - *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas. Disponível em http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india (acedido em Janeiro de 2015).

Leary, B. (2008) - Social CRM: Not Your Father's Customer Relationship Management. Disponível WWW: <http://www.smallbiztrends.com/2008/05/social-crm.html/> (acedido em agosto de 2014).

Lenhart, Amanda, et al., (2007) - *Teens and Social Media*. Washington, D.C.: Pew Internet & American Life Project.

Lévy, Pierre, (1996) - *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, b.

Lin, N. (1999) - *Building a network theory of social capital*. *Connections*, 22, p.28–51.

LINI e UMIC (2010) - A utilização de Internet em Portugal 2010. *Relatório realizado no quadro do WIP - World Internet Project*. Disponível em: http://www.unic.pt/images/stories/noticias/Relatorio_LINI_UMIC_InternetPT.pdf (acedido em setembro de 2014).

Macedo, M, (2009) - A teoria dos usos e gratificações nas entidades do terceiro setor no Brasil. *Revista Razón e Plalabra*, Nº 70.

Mayer, A et Puller, S, (2008) - The old boy (and girl) network: Social network formation on university campuses. *Journal of Public Economics*, Nº 92. p. 329-347. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.142.4648&rep=rep1&type=pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Marlow, C.; Naaman, Mor; Boyd, Danah; Davis, Marc. (2006) - *Position Paper, Tagging, Taxonomy, Flickr, Article, ToRead*. Disponível em: <http://www.rawsugar.com/www2006/29.pdf> (acedido em abril de 2014).

Martín Moreno, C. Q. (2004) - Aprendizaje colaborativo y redes de conocimiento. *Libro de actas de las IX Jornadas Andaluzas de Organización y Dirección de Instituciones Educativas*, Granada. Grupo Editorial Universitario, p. 55-70.

Miranda, Luísa; Morais, Carlos; Alves, Paulo et. al., (2010) - Redes sociais: utilização por alunos do Ensino Superior. In: *XV Congreso Internacional de Tecnologías para la Educación y el Conocimiento*. Madrid, Spain. Disponível

em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3041/1/comunicacion.pdf>
(acedido em janeiro de 2015).

Moore, G. C. and Benbasat, I. (1991). *Development of an Instrument to Measure the Perception of Adopting an Information Technology Innovation*. Information Systems Research, 2:3, p. 192-222.

Nicolis, G. and I. (1989) - *Prigogine Exploring Complexity*. Freeman, New York.
OberCom, (2008) - *Web 1.5. As redes de sociabilidades entre o email e a Web 2.0*. Lisboa: OberCom. Disponível em:
http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr_maio_2008_1.pdf
(acedido em janeiro de 2015).

OberCom, (2012) - *Sociedade em Rede 2012. A Internet em Portugal*. Lisboa: OberCom. Disponível em:
<http://www.obercom.pt/content/client/?newsId=548&fileName=sociedadeRede2012.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

OberCom, (2013) - *Anuário da Comunicação 2012-2013*. Lisboa: OberCom. Disponível em:
http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario_13.pdf (acedido em janeiro de 2015).

OberCom, (2014) - *A Internet em Portugal. Sociedade em Rede 2014*. Lisboa: OberCom. Disponível em:
http://www.obercom.pt/content/client/?newsId=548&fileName=internet_portugal_2014.pdf (acedido em janeiro de 2015).

Oblinger, Diana G.; Lombardi, Marilyn M. (2008) - *Common Knowledge: Openness in Higher Education*. In: *Opening up education: the collective advancement of education through open technology, open content, and open knowledge*. Cambridge, Mass: MIT Press.

Ogburn, W. F.; Nimkoff, M. F. (1975) - Acomodação e Assimilação. In: *Cardoso, F. H. e Ianni, O. (Org.) Homem e Sociedade: Leituras Básicas de Sociologia Geral*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Oliveira, M. et al. (2006) - Análise da aplicação do Método Estudo de Caso na Área de Sistemas de Informação. EnANPAD, 30º Encontro da ANPAD/BA-Brasil.

Oliveira, Silvio Luiz. (2001) - *Tratado de metodologia científica*. 2. ed. São Paulo: Pioneira.

O'Reilly, T. (2005) – *What's next for Web 2.0?* Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (acedido em agosto de 2014).

Owen, Martin; Grant, Lyndsay; Sayers, Steve; & Facer, Keri (2006) - *Social Software and Learning*. Futurelab. Disponível em: http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening_education/SociS. (acedido em setembro de 2014).

Patrício, M., Gonçalves, V., & Carrapatoso, E. (2008) - Tecnologias Web 2.0: Recursos Pedagógicos na Formação Inicial de Professores. In Carvalho, Ana Amélia A. (Org.), *Actas do Encontro sobre Web 2.0*. Braga: CIED.

Patrício, M., Gonçalves, V. (2010) - *Utilização Educativa do Facebook no Ensino Superior*. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2879/4/7104.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Pelizzari, Adriana; KriegL, Maria de Lurdes; Baron, Márcia Pirih; et. al. (2002) - Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. In: *Revista PEC*, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42. RE, Vol. XVIII, Nº 1, 2011 | 21. Disponível em: http://vicenterisi.googlepages.com/teoria_da_aprendizagem_Ausubel.pdf. (acedido em agosto de 2014).

Pempek, T., Yermolayeva, Y. & Calvert, S. (2009) - College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, N° 30, páginas, 227-238. Disponível em <http://www.pintrestalk.com/ddata/2157.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Pettenati, M. C., & Ranieri, M. (2006) - Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs. In: *Innovative Approaches for Learning and Knowledge Sharing*, EC-TEL. Workshop Proceeding.

Porter, M. E. (2004) - *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Pozo, J. I; Postigo, Y. (2000) - *Los procedimientos como contenidos escolares: uso estratégico de la información*. Barcelona: Edebé.

Pozo, Juan Ignacio (2004) - A sociedade da aprendizagem e o desafio de converter informação em conhecimento. In: *Revista Pátio*. Ano VIII – N° 31- Educação ao Longo da Vida. Disponível em: http://www.revistapatio.com.br/sumario_conteudo.aspx?id=386 (acedido em abril de 2014).

Primo. A, (2006) - O aspeto relacional das interações na Web 2.0. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Brasília. Anais. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1264/000548498.pdf?sequence=1> (acedido em janeiro de 2015).

Putnam, R. D. (2000) - *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster

Quemada, Juan (2006) - *Introducción al Web 2.0*. Universidad Politécnica de Madrid [Presentación] Disponível em: <http://www.slideshare.net/jquemada/introduccion-al-web-20> (acedido em junho de 2014).

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2005) - *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa, Gradiva.

Recuero, Raquel (2004) - Redes sociais na Internet: Considerações iniciais. *Trabalho enviado ao Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Comunicação e Informação do do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII INTERCOM*, Porto Alegre/RS. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf> (acedido em Janeiro de 2015).

Recuero, Raquel (2005) - Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. *Trabalho apresentado no GT de Tecnologias Informacionais da Comunicação da Compós*, 2005. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/composraquelrecuero.pdf> (acedido em Janeiro de 2015).

Recuero, R. (2009) - *Weblogs, webrings e comunidades virtuais*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf> (acedido em agosto de 2014).

Recuero, R. (2009) - *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina

Rezende, D. A., Abreu, A. F (2000) - *Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informações Empresariais*. São Paulo: Atlas.

Santana, C, (2007) - Redes sociais na internet: potencializando interações sociais. *Revista Hipertextus*, vol. 1,. Disponível em: <http://www.hipertextus.net/volume1/ensaio-05-camila.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Takahashi, Tadao (Org) (2000) - *Sociedade da informação no Brasil: Livro Verde*. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia.

The associated Press. (2013) - How Facebook Has Grown: Number of Active Users at Facebook Over the Years. Yahoo! News. Disponível em:

<http://news.yahoo.com/number-active-users-facebook-over-230449748.html>

(acedido em janeiro de 2015).

Thompson, J. (2008) - Technology, *Don't be afraid to Explore Web 2.0*. Buffalo state College, N.Y.

Toffler, Alvin (2002) - *A terceira onda*. São Paulo: Record.

Tomaél, Maria; Alcará, Adriana; Di Chiara, Ivone, (2005). *Das Redes Sociais à inovação*. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf> (acedido em janeiro de 2015).

Trammell, K. D., Tarkowski, A., Hofmohl, J., & Sapp, A. M. (2006) - [Republic of blog]: Examining Polish bloggers through content analysis. *Journal of Computer Mediated Communication*. Vol. 11, nº 3, p. 702-722.

Van Der Henst, C. (2005) - *¿Qué es la web 2.0?* [em linha]. Disponível na WWW: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>

Watts, R.L. (2003) - *Conservatism in accounting part I: Explanations and implications*. *Accounting Horizons* 17, p. 207-221.

Watzlavick, Paul; Beavin, Janet; Jackson, Don. (2000) - *Pragmática da Comunicação Humana*. 11ª. Ed. Lisboa: Cultrix,

Weigel, Margaret; James, Carrie; Gardner, Howard (2009) - Learning: Peering Backward and Looking Forward in the Digital Era. *International Journal of Learning and Media*. Vol. 1, nº 1 (2009), p. 1-18.