



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

O FACEBOOK E OS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS
Função, Interacções e Contributos da Rede Social

Marisa Alexandra Pinto Teixeira

Mestrado em Psicologia

Área de Especialização: Psicologia da Educação

**Dissertação apresentada à Universidade de Évora para obtenção do grau de
Mestre**

Évora | 2012



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

O FACEBOOK E OS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS
Função, Interações e Contributos da Rede Social

Marisa Alexandra Pinto Teixeira

Orientação: Professora Doutora Maria Elisa Rolo Chaleta

Mestrado em Psicologia

Área de Especialização: Psicologia da Educação

**Dissertação apresentada à Universidade de Évora para obtenção do grau de
Mestre**

Esta dissertação inclui as críticas feitas pelo júri

Évora | 2012

Agradecimentos

Para que esta investigação fosse possível, obtive o contributo de algumas pessoas, a quem quero aqui deixar o meu agradecimento.

Para a Professora Doutora Maria Elisa Rolo Chaleta, minha orientadora nesta dissertação de Mestrado, que encontrei sempre com boa disposição e disponibilidade para me orientar no caminho certo deste processo que, gradualmente, se torna desgastante. Agradecer-lhe também por se encontrar sempre acessível para clarificar as minhas dúvidas e receios.

Agradeço também a todos os participantes que se mostraram disponíveis para contribuírem nesta investigação.

Aos meus pais que sempre estiveram presentes, me deram força e coragem para nunca desistir. A eles devo a minha formação e a possibilidade de promover o meu conhecimento.

Ao meu irmão, Pedro Pinto, por ser a minha referência, e quem está sempre disponível para dizer as palavras certas de cada vez que este processo se torna mais penoso.

Aos meus primos que foram uma das minhas forças e fontes de disposição durante esta investigação.

Às minhas amigas, Maria João e Natacha que foram também elas uma força na elaboração desta dissertação.

Ao Miguel Gonçalves por estar sempre disponível para me dar força e coragem.

A toda a minha família.

A todos os amigos do Facebook que também possibilitaram um melhor entendimento da interação nesta rede social.

O Facebook e os Estudantes Universitários – Função, Interação e Contributos da Rede Social

Resumo

Redes sociais são hoje serviços muito utilizados permitindo a comunicação, troca de informação, acesso a conteúdos, entre outras. Com mais de mil milhões de utilizadores, o Facebook é a rede mais usada.

Assim, pretendeu-se saber quais as funções, interações e contributos que o Facebook tem para os estudantes universitários.

Após recolha de dados junto de 20 estudantes da Universidade de Évora, as respostas foram submetidas a uma análise de conteúdo, permitindo encontrar cinco grandes temas: Caracterização, Funcionalidade, Utilização, Aspectos Sociais e Privacidade do Facebook.

Os resultados obtidos indicaram que os estudantes utilizam o Facebook para fins essencialmente sociais, como contacto com pessoas, incluindo amigos distantes ou novas pessoas e para partilha de informação, nomeadamente fotografias, músicas, vídeos, ou mesmo aspectos académicos.

Estes resultados apontam para uma crescente utilização das redes sociais para comunicação e relações interpessoais, evidenciando a pertinência na investigação sobre os contributos que redes como o Facebook trazem.

Palavras-chave: Facebook, Redes Sociais, Comunicação, Estudantes Universitários e Interação

Facebook and the University Students – Function, Interaction and Contributions of the Social Network

Abstract

Social network services are now widely used enabling communication, information exchange, access to content, among others. With over a billion users, Facebook is the most used network.

Thus, it is sought to learn what functions, interactions and contributions that Facebook provides to college students.

After collecting data from 20 students at the University of Évora, the responses were subjected to content analysis, allowing the finding of five major themes: Characterization, Function, Use, Social Aspects and Facebook Privacy.

The results indicated that students use Facebook mainly for social purposes, such as contact with people, including distant friends or new people and sharing information, including photos, music, videos, or even academic aspects.

These results point to an increasing use of social networks for communication and interpersonal relations, highlighting the relevance of research on the contributions that networks like Facebook bring.

Keywords: Facebook, Social Networks, Communication, College Students and Interaction

Índice

Índice de Quadros	xiii
--------------------------------	------

Capítulo I – Introdução	1
1.1. Contexto do Estudo	1
1.2. Pertinência e Objectivo do Estudo.....	3
1.3. Organização da Dissertação	4

Parte I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – A Evolução da Comunicação dos gestos ao digital

Capítulo II – O Princípio da Interação	9
2.1. O Início da Comunicação	9
2.2. A Evolução da Linguagem.....	10

Capítulo III – Uma Comunicação para Todos	13
3.1. A Tecnologia da Comunicação.....	13
3.2. A Importância da Imprensa na Educação.....	13

Capítulo IV – Uma Sociedade Digital	15
4.1. A Internet como uma nova Era	15
4.2. Impacto da Comunicação Online nas Relações Sociais.....	16
4.3. As Redes Sociais como uma nova forma de Interação	18
4.4. A Rede Social Facebook	23

Parte II – ESTUDO EMPÍRICO

Capítulo V – Método	31
5.1. Objectivos.....	31
5.2. Participantes.....	32

5.3.	Instrumentos e Procedimentos	33
5.3.1.	Instrumentos de Recolha de Dados.....	33
Capítulo VI – Descrição e Análise dos Resultados		37
6.1.	Análise do Tema I – Caracterização do Facebook	39
6.1.1.	Análise da categoria 1. Definição do que é o Facebook.....	40
6.1.2.	Análise da categoria 2. Funções do Facebook.....	41
6.1.2.1.	Análise da sub-categoria 2.1. Função Pessoal	42
6.1.2.2.	Análise da sub-categoria 2.2. Função Social	43
6.1.3.	Análise da categoria 3. Conteúdos Relevantes no Facebook	44
6.1.3.1.	Análise da sub-categoria 3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal	45
6.1.3.2.	Análise da sub-categoria 3.2. Conteúdos de Carácter Social	46
6.1.4.	Análise da categoria 4. Atitude Avaliativa.....	47
6.1.5.	Síntese dos Resultados do Tema I – Caracterização do Facebook	48
6.2.	Análise do Tema II – Funcionalidade do Facebook	50
6.2.1.	Análise da categoria 1. Utilizador em Geral.....	50
6.2.1.1.	Análise da sub-categoria 1.2. Informação	51
6.2.1.2.	Análise da sub-categoria 1.6. Impacto Pessoal.....	53
6.2.2.	Análise da categoria 2. Contributos em Geral	54
6.2.2.1.	Análise da sub-categoria 2.1. Informação	55
6.2.2.2.	Análise da sub-categoria 2.2. Grupos	56
6.2.2.3.	Análise da sub-categoria 2.3. Aspectos Sociais.....	57
6.2.3.	Análise da categoria 3. Aspectos a melhorar na Rede	58
6.2.4.	Síntese dos resultados do Tema II – Funcionalidade do Facebook	60
6.3.	Análise do Tema III – Utilização do Facebook.....	61
6.3.1.	Análise da categoria 1. Registo no Facebook	62
6.3.2.	Análise da categoria 2. Motivo de Registo.....	63
6.3.2.1.	Análise da sub-categoria 2.1. Motivos Pessoais	64
6.3.2.2.	Análise da sub-categoria 2.2. Motivos Sociais	65
6.3.3.	Análise da categoria 3. Frequência de Acesso na Utilização	67
6.3.3.1.	Análise da sub-categoria 3.1. Frequência de Acesso	67
6.3.3.2.	Análise da sub-categoria 3.2. Regularidade de Acesso	69

6.3.3.3.	Análise da sub-categoria 3.3. Tempo de Acesso	69
6.3.3.4.	Análise da sub-categoria 3.4. Alteração de Hábitos.....	71
6.3.4.	Análise da categoria 4. Motivo de Utilização	72
6.3.4.1.	Análise da sub-categoria 4.1. Contactos.....	73
6.3.5.	Análise da categoria 5. Potencial da Rede.....	74
6.3.5.1.	Análise da sub-categoria 5.1. Potencialidade Pessoal.....	75
6.3.5.2.	Análise da sub-categoria 5.2. Potencialidade Social.....	76
6.3.5.3.	Análise da sub-categoria 5.3. Potencialidades de Lazer.....	78
6.3.6.	Análise da categoria 6. Vantagens da Rede.....	79
6.3.6.1.	Análise da sub-categoria 6.1. Vantagens Sociais	80
6.3.6.2.	Análise da sub-categoria 6.3. Conteúdo	82
6.3.6.3.	Análise da sub-categoria 6.4. Características	83
6.3.7.	Análise da categoria 7. Desvantagens da Rede.....	84
6.3.7.1.	Análise da sub-categoria 7.1. Falta de Segurança.....	85
6.3.7.2.	Análise da sub-categoria 7.2. Má Utilização.....	86
6.3.7.3.	Análise da sub-categoria 7.3. Características	87
6.3.8.	Análise da categoria 8. Benefícios Académicos	89
6.3.8.1.	Análise da sub-categoria 8.1. Tem Benefícios Académicos.....	89
6.3.9.	Síntese dos Resultados do Tema III – Utilização do Facebook.....	91
6.4.	Análise do Tema IV – Aspectos Sociais	94
6.4.1.	Análise da categoria 1. Hábitos Sociais.....	95
6.4.1.1.	Análise da sub-categoria 1.1. Convívio	97
6.4.1.2.	Análise da sub-categoria 1.2. Actividades Exteriores.....	98
6.4.1.3.	Análise da sub-categoria 1.3. Entretenimento.....	100
6.4.2.	Análise da categoria 2. Frequência de Contacto Directo.....	101
6.4.3.	Análise da categoria 3. Amigos no Facebook.....	102
6.4.4.	Análise da categoria 4. Utilização de outras redes sociais	104
6.4.4.1.	Análise da sub-categoria 4.1. utiliza outras redes sociais	105
6.4.5.	Síntese dos Resultados do Tema IV – Aspectos Sociais	106
6.5.	Análise do Tema V - Privacidade.....	107
6.5.1.	Análise da categoria 1. Informação que deve ser partilhada	108
6.5.2.	Análise da categoria 2. Informação que não deve ser partilhada	109

6.5.2.1. Análise da sub-categoria 2.1. Informação pessoal.....	111
6.5.3. Análise da categoria 3. Motivo da não publicação.....	112
6.5.4. Síntese dos Resultados do Tema V - Privacidade.....	113
6.6. Análise do Registo da Actividade dos Estudantes no Facebook.....	114
6.6.1. Tempo no Facebook.....	114
6.6.1.1. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECS)	114
6.6.1.2. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECS)	115
6.6.1.3. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECS).....	116
6.6.1.4. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECT)	117
6.6.1.5. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)	118
6.6.1.6. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECT).....	119
6.6.2. Interacções no Facebook	120
6.6.2.1. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECS)	121
6.6.2.2. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECS)	122
6.6.2.3. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECS).....	123
6.6.2.4. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECT)	124
6.6.2.5. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)	124
6.6.2.6. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECT).....	125
6.6.3. Temas abordados no Facebook.....	126
6.6.3.1. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECS)	127
6.6.3.2. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECS)	128
6.6.3.3. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECS).....	129
6.6.3.4. Primeira Semana – 24 de Março a 31 de Março (ECT)	130
6.6.3.5. Segunda Semana – 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)	131
6.6.3.6. Terceira Semana – 24 de Maio a 31 de Maio (ECT).....	132
Capítulo VII – Conclusão	135
7.1. Limitações do Estudo	138
7.2. Sugestões para investigações futuras.....	138
Referências Bibliográficas	141

ANEXOS	149
ANEXO 1 – Guião para a entrevista aos Estudantes Universitários	151
ANEXO 2 – Grelha de Análise – O Facebook e os estudantes Universitários	153

Índice de Quadros

Quadro 1. Género	32
Quadro 2. Idade	32
Quadro 3. Curso/Grau Académico	33
Quadro 4. Residência.....	33
Quadro 5. Questionário dividido por Temas	34
Quadro 6. Temas	38
Quadro 7. Tema I. Caracterização do Facebook; ECT/ECS	39
Quadro 8. Categoria 1. Definição do que é o Facebook; ECT/ECS	40
Quadro 9. Categoria 2. Funções do Facebook; ECT/ECS	42
Quadro 10. Sub-Categoria 2.1. Função Pessoal; ECT/ECS	42
Quadro 11. Sub-Categoria 2.2. Função Social; ECT/ECS	43
Quadro 12. Categoria 3. Conteúdos relevantes no Facebook; ECT/ECS	44
Quadro 13. Sub-Categoria 3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal; ECT/ECS ...	45
Quadro 14. Sub-Categoria 3.2. Conteúdos de Carácter Social; ECT/ECS	46
Quadro 15. Categoria 4. Atitude Avaliativa; ECT/ECS	47
Quadro 16. Tema II – Funcionalidade do Facebook; ECT/ECS.....	50
Quadro 17. Categoria 1. Utilizador em Geral; ECT/ECS	51
Quadro 18. Sub-Categoria 1.2. Informação; ECT/ECS	52
Quadro 19. Sub-Categoria 1.6. Impacto Pessoal; ECT/ECS.....	53
Quadro 20. Categoria 2. Contributos em Geral; ECT/ECS.....	54
Quadro 21. Sub-Categoria 2.1. Informação; ECT/ECS	55
Quadro 22. Sub-Categoria 2.2. Grupos; ECT/ECS	57
Quadro 23. Sub-Categoria 2.3. Aspectos Sociais; ECT/ECS.....	58
Quadro 24. Categoria 3. Aspectos a melhorar na Rede; ECT/ECS	59
Quadro 25. Tema III – Utilização do Facebook; ECT/ECS.....	61
Quadro 26. Categoria 1. Registo no Facebook; ECT/ECS.....	62
Quadro 27. Categoria 2. Motivo de Registo; ECT/ECS	64
Quadro 28. Sub-Categoria 2.1. Motivos Pessoais; ECT/ECS	65
Quadro 29. Sub-Categoria 2.2. Motivos Sociais; ECT/ECS	66
Quadro 30. Categoria 3. Frequência de Acesso na Utilização; ECT/ECS.....	67
Quadro 31. Sub-Categoria 3.1. Frequência de Acesso; ECT/ECS	68

Quadro 32. Sub-Categoria 3.2. Regularidade de Acesso; ECT/ECS	69
Quadro 33. Sub-Categoria 3.3. Tempo de Acesso; ECT/ECS	70
Quadro 34. Sub-Categoria 3.4. Alteração de Hábitos; ECT/ECS.....	71
Quadro 35. Categoria 4. Motivo de Utilização; ECT/ECS.....	72
Quadro 36. Sub-Categoria 4.1. Contactos; ECT/ECS	74
Quadro 37. Categoria 5. Potencial da Rede; ECT/ECS	75
Quadro 38. Sub-Categoria 5.1. Potencialidade Pessoal; ECT/ECS.....	76
Quadro 39. Sub-Categoria 5.2. Potencialidade Social; ECT/ECS.....	77
Quadro 40. Sub-Categoria 5.3. Potencialidades de Lazer; ECT/ECS.....	78
Quadro 41. Categoria 6. Vantagens da Rede; ECT/ECS.....	79
Quadro 42. Sub-Categoria 6.1. Vantagens Sociais; ECT/ECS	81
Quadro 43. Sub-Categoria 6.3. Conteúdo; ECT/ECS	82
Quadro 44. Sub-Categoria 6.4. Características; ECT/ECS	83
Quadro 45. Categoria 7. Desvantagens da Rede; ECT/ECS	85
Quadro 46. Sub-Categoria 7.1. Falta de Segurança; ECT/ECS.....	86
Quadro 47. Sub-Categoria 7.2. Má Utilização; ECT/ECS.....	87
Quadro 48. Sub-Categoria 7.3. Características; ECT/ECS	88
Quadro 49. Categoria 8. Benefícios Académicos; ECT/ECS	89
Quadro 50. Sub-Categoria 8.1. Tem Benefícios Académicos; ECT/ECS.....	90
Quadro 51. Tema IV – Aspectos Sociais; ECT/ECS	95
Quadro 52. Categoria 1. Hábitos Sociais; ECT/ECS.....	96
Quadro 53. Sub-Categoria 1.1. Convívio; ECT/ECS	97
Quadro 54. Sub-Categoria 1.2. Actividades Exteriores; ECT/ECS.....	99
Quadro 55. Sub-Categoria 1.3. Entretenimento; ECT/ECS.....	100
Quadro 56. Categoria 2. Frequência de Contacto Directo; ECT/ECS.....	101
Quadro 57. Categoria 3. Amigos no Facebook; ECT/ECS.....	103
Quadro 58. Categoria 4. Utilização de outras redes sociais; ECT/ECS	104
Quadro 59. Sub-Categoria 4.1. utiliza outras redes sociais; ECT/ECS.....	105
Quadro 60. Tema V – Privacidade; ECT/ECS.....	107
Quadro 61. Categoria 1. Informação que deve ser partilhada; ECT/ECS	108
Quadro 62. Categoria 2. Informação que não deve ser partilhada; ECT/ECS	110
Quadro 63. Sub-Categoria 2.1. Informação pessoal; ECT/ECS.....	111

Quadro 64. Categoria 3. Motivo da não publicação; ECT/ECS.....	112
Quadro 65. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Março a 31 de Março.....	115
Quadro 66. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio.....	116
Quadro 67. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	117
Quadro 68. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março.....	118
Quadro 69. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio.....	119
Quadro 70. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	120
Quadro 71. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECS. Semana de 24 de Março a 31 de Março.....	121
Quadro 72. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECS. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio.....	122
Quadro 73. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECS. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	123
Quadro 74. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março.....	124
Quadro 75. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECT. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio.....	125
Quadro 76. Observações no Facebook. Interações no Facebook; ECT. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	126
Quadro 77. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS. Semana de 24 de Março a 31 de Março.....	127
Quadro 78. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio.....	128
Quadro 79. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	129

Quadro 80. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março	130
Quadro 81. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio	131
Quadro 82. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio.....	132

Capítulo I - Introdução

1.1. Contexto do Estudo

Actualmente grande parte da população mundial tem um perfil numa rede social. O Facebook surgiu no ano de 2004, e é hoje a rede social mais utilizada em todo o mundo, contando já com mais de mil milhões de utilizadores (Facebook, 2012).

Esta rede social foi desenvolvida por um estudante universitário, designado Mark Zuckerberg, e é uma nova forma de comunicação, e põe as pessoas em contacto umas com as outras, por vezes sem intenção das mesmas, permitindo-lhes partilhar experiências, interesses, problemas ou causas comuns. (Kirkpatrick, 2011).

As redes sociais são serviços online, do foro social, que permitem que as pessoas possam estar mais próximas umas das outras e do mundo que as rodeia. As pessoas encontram, nas redes sociais, um local onde podem conversar com outras pessoas, partilhar e aceder à informação de forma rápida e simples, estarem actualizados relativamente aos seus interesses, jogar jogos, entre outras actividades.

Boyd e Ellison (2008), definem as redes sociais são serviços web onde as pessoas podem construir um perfil público ou semi-público, dentro de um sistema limitado; Articular uma lista de outros utilizadores com quem compartilhem uma ligação; e ver a sua lista de contactos próprios, assim como os contactos feitos pelas pessoas dentro da sua lista de amigos.

Em Portugal, dados de 2010 indicam que 56.4% dos portugueses utilizam redes sociais, dos quais a maioria são mulheres (60.7%), e jovens entre os 15 e os 24 anos (42.3%). A grande maioria das pessoas (87.6%) afirma que utiliza as redes sociais para de manter em contacto com pessoas que estão longe (Lisbon Internet and Network Institute [LINI], 2010). Outros dados mais recentes, dão conta que 97% dos portugueses que utilizam as redes social, têm uma conta no Facebook, que utilizam para enviar e receber mensagens (75.8%), comentar publicações de amigos (71.2%) e utilizar o chat (62.4%) (Marktest, 2012).

A literatura existente, assume um papel importante na compreensão deste fenómeno da utilização das redes sociais, uma vez que se trata de um comportamento recente, tendo começado a ser mais notório aquando do surgimento da rede social Hi5, em 2004.

Estudos indicam que o Facebook é uma excelente ferramenta para a pesquisa, recolha e análise de dados, uma vez que não apresentam tantos problemas com a precisão de resposta, e o investigador pode, de uma forma mais fácil e organizada,

aceder aos conteúdos que deseja analisar (Lewis, Kaufman, Gonzalez, Wimmer, & Christakis, 2008).

Relativamente aos utilizadores, estudos recentes indicam que que utiliza o Facebook tende a ser extrovertido e narcísico, assim como menos consciente e socialmente menos solitário que aqueles que não utilizam a rede social (Ryan e Xenos, 2011).

Por sua vez, outros estudos (Baek, Holton, Harp, & Yaschur, 2011) indicam que a principal motivação para a utilização do Facebook é a partilha de informação, sendo também a rede social utilizada para a colocação de conteúdos de entretenimento, para passar o tempo, como utilidade interpessoal e ainda para promoção de trabalho. Estes estudos indicam ainda que os utilizadores que frequentam o ensino superior são os mais propensos à partilha de notícias.

Os autores Bicen e Canvus (2011), concluíram ainda que o Facebook é um dos sites mais utilizados para a partilha de informação, e as funcionalidades que os estudantes mais utilizam são as mensagens, chat, amigos, links, notícias e fotografias. Os autores referem ainda que o Facebook pode trazer benefícios para a vida social e académica dos jovens.

A forma como comunicamos tem vindo a sofrer alterações significativas ao longo dos anos, não só pelas novas regras e actualizações da linguagem, mas sobretudo pelos instrumentos e tecnologias que o ser humano utiliza para comunicar (Perles, 2007).

A evolução das tecnologias de comunicação permitiu que as pessoas tivessem cada vez mais acesso à informação e de uma forma cada vez mais simplificada. O aparecimento da imprensa, por Gutenberg (Füssel, 2001) permitiu que a informação se tornasse acessível a todas as pessoas, uma maior difusão do conhecimento e transformações intelectuais no ser humano. Posteriormente, a Internet, uma das maiores invenções tecnológicas de que há conhecimento, tornou possível que parte considerável da população a utilizasse, constituindo-se como um serviço que permite aos utilizadores acederem a um enorme conjunto de informações e funcionalidades (Castells, 2004). A rapidez e simplicidade da Internet são duas das principais razões para a massificação do seu uso. Após o seu aparecimento, outras tecnologias de comunicação se foram desenvolvendo e surgindo de forma mais visível.

No âmbito do Mestrado em Psicologia da Educação, elaborámos a seguinte dissertação, com o objectivo a relação que os jovens estudantes universitários têm com a rede social Facebook. Pretendemos também saber quais os contributos que a rede social tem para os estudantes, assim como as interacções que os jovens nela realizam e as funções que os estudantes utilizam no Facebook.

Pretendemos ainda compreender o impacto e o fenómeno que estes serviços têm, na vida das pessoas em geral e nos estudantes universitários em particular.

1.2. Pertinência e Objectivo do Estudo

Tendo em conta que o Facebook surgiu em contexto académico consideramos pertinente compreender do papel que tem para os Estudantes Universitários, que contributos e funções lhes proporciona e, ainda, que interacções os estudantes realizam nesta rede.

Desta forma e para ser possível a realização desta investigação, foi elaborado um estudo exploratório qualitativo, através da aplicação de um questionário aberto a vinte estudantes da Universidade de Évora, os quais dez a frequentarem cursos da Escola de Ciências Sociais, e dez a frequentarem a Escola de Ciências Tecnológicas.

O presente estudo pretende, assim, investigar que relação existe entre os estudantes universitários e a rede social Facebook. De um modo mais específico, pretendemos conhecer como os estudantes do ensino superior que frequentam a área de Ciências Sociais e a área de Ciências e Tecnologia, utilizam a rede social Facebook, e tentar responder às seguintes questões:

- i) Como caracterizam os estudantes a rede social Facebook?
- ii) Que funcionalidades encontram disponíveis na rede social?
- iii) Como utilizam a rede social no seu dia-a-dia?
- iv) Que tipos de interacções realizam na rede social?
- v) Que relação tem a rede com os seus hábitos sociais?
- vi) Que benefícios académicos lhes proporciona a rede?

Os participantes foram também adicionados à lista de amigos do Facebook da investigadora para, num segundo momento deste estudo, ser recolhida a publicação semanal que os estudantes fazem no Facebook, e se proceder à sua análise de conteúdo. A publicação dos estudantes foi recolhida em três momentos com a duração de uma semana cada, distribuídas por três meses. A primeira semana de observações

decorreu durante 24 de Março a 31 de Março, a segunda semana teve lugar de 24 de Abril a 1 de Maio e, por fim, a última semana de observações foi entre 24 de Maio e 31 de Maio.

Os conteúdos publicados pelos estudantes, durante estes três períodos, foram analisados em função do Tempo, Interações e Temas que os jovens abordam na rede social Facebook.

Com o emergente uso das novas tecnologias, e em particular das redes sociais, é, assim, pertinente saber de que forma os jovens estudantes interagem através das redes sociais no geral, no Facebook em particular.

1.3. Organização da Dissertação

Depois de contextualizada a temática em estudo e identificada a pertinência e objectivos do mesmo, iremos apresentar a forma como esta dissertação está organizada e estruturada.

A dissertação encontra-se organizada em duas partes, sendo que a primeira diz respeito à Fundamentação Teórica, e na segunda parte é desenvolvido o estudo empírico. Este trabalho está ainda composto por sete capítulos, estruturados de forma a suportar, descrever e enquadrar o estudo empírico realizado. No primeiro capítulo começámos por fazer uma Introdução ao tema, contextualizando-o e indicando qual a sua importância e pertinência para a investigação. Neste capítulo foram ainda referidos os objectivos deste mesmo estudo, assim como uma breve explicação da forma como recolhemos a informação e analisamos o conteúdo da mesma.

O segundo capítulo é dedicado ao princípio da interacção, onde abordamos conceito do processo de comunicação, e os seus contributos para a evolução social do ser-humano. Neste capítulo evidenciamos de que forma a comunicação é um processo importante e essencial, para que o ser-humano seja capaz de relacionar e estar partilhar com os outros as suas ideias.

No capítulo três, iniciámos o tema das tecnologias da comunicação, referindo determinadas ferramentas que foram importantes para a partilha de informação, como o aparecimento da imprensa e a criação da Internet. Salientamos o importante papel que estas ferramentas trouxeram para a comunicação em massa, e conseqüente desenvolvimento intelectual do ser-humano.

No quarto capítulo abordámos em mais profundidade o conceito da Internet, das Redes Sociais e do Facebook. Referimos uma breve parte da história do aparecimento da Internet, salientando as actividades que ela permite ao ser-humano.

Relativamente às Redes Sociais, referimos as que mais se destacam na Internet, e evidenciamos a sua importância na interação do ser-humano no mundo virtual, assim como na partilha e acesso de informação online. Indicamos também os dados estatísticos das redes sociais em Portugal. Por fim, este capítulo aborda a rede social que é a base deste estudo, o Facebook. Referimos uma breve história do Facebook, dando alguns exemplos que demonstram a sua potencialidade e impacto na vida dos utilizadores, e sociedade no geral. Evidenciamos ainda alguns estudos que demonstram bem a actualidade deste tema, assim como a pertinência existente no estudo das relações e utilização desta rede social, neste caso por parte dos estudantes universitários.

O quinto capítulo, inserido já na segunda parte desta dissertação, é indicada a metodologia utilizada para a realização desta investigação, incidindo, preferencialmente, numa metodologia qualitativa. Descrevemos todo o processo metodológico, desde a elaboração do questionário (Anexo 1), passando pela escolha da amostra, aplicação do questionário e método de recolha de dados e análise dos mesmos.

No sexto capítulo, indicamos a análise dos resultados da investigação, bem como a metodologia utilizada para realizarmos as observações aos estudantes na rede social Facebook, desde o período de observação, método de observação e conteúdos observados. Por fim, neste mesmo capítulo são apresentados os resultados da nossa investigação, assim como as respectivas discussões.

O sétimo e último capítulo diz respeito à conclusão desta dissertação, onde apresentamos os resultados mais evidentes deste estudo, e contrapomos com as questões inicialmente colocadas, relativamente à utilização do Facebook pelos estudantes universitários, as funções da rede social, as interações e os seus contributos para estes jovens. Ainda neste último capítulo, são evidenciadas as limitações encontradas no decorrer desta investigação, assim como indicamos quais sentimos serem os futuros estudos pertinentes dentro da área das redes sociais na educação.

Parte I

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Evolução da Comunicação – dos Gestos ao Digital

Capítulo II - O Princípio da Interação

2.1. O Início da Comunicação

As pessoas necessitam estar informadas sobre as outras pessoas, sobre os seus interesses e sobre o mundo em que vivem. Para isso ser possível, utilizam a comunicação como forma de contacto com o mundo que as rodeia o que lhes permite ter uma voz activa, partilharem com os seus pares aquilo que sentem, o que fazem, o que gostam e para estarem em constante desenvolvimento e crescimento intelectual e social. A comunicação é essencial ao ser humano uma vez que sem ela não pode exteriorizar os seus desejos, as suas ideias, os seus sentimentos e partilhá-los com os outros (Garcia, 2003).

A comunicação não é algo recente e nem sempre foi fácil como o é nos dias de hoje. Os nossos antepassados, na sua necessidade de comunicar, utilizavam outras formas de o fazer com os recursos que, à época, se encontravam à sua disposição (Júnior, 1998). O grande objectivo final da comunicação é, então, a transmissão de uma mensagem para outro e, por isso, representa um dos fenómenos mais importantes da humanidade.

A comunicação, nomeadamente a comunicação humana, é o acto através do qual o ser humano estabelece uma relação com o outro, conseguindo transmitir os seus pensamentos e ideias.

O conceito de comunicação é definido por diversos autores e todos concordam que tem como fim a interacção do ser humano com os seus iguais, constituindo-se como um processo através do qual as relações humanas existem e se desenvolvem.

Para Costa (2009), comunicar é como uma arte de gerir mensagens enviadas e recebidas nos processos de interacção. E essa arte é condicionada pelo corpo, pelas relações existentes, pelo tempo e espaço, por factores históricos da vida pessoal e social de cada ser humano entre outras componentes. O acto de comunicar é então um processo interactivo desenvolvido socialmente e necessitando de um emissor que codifique e formule as mensagens, e de um receptor que as descodifique e compreenda. O receptor e o emissor podem, também, durante o processo de comunicação, inverter os papéis para que seja assim possível, segundo Garcia (2003), a troca de informação entre os intervenientes. Assim, a comunicação faz parte e é imprescindível à própria sobrevivência humana uma vez que sem ela o ser-humano não vive, os organismos não funcionam, as sociedades não subsistem e as civilizações morrem.

Alves (1999) define a comunicação também como um processo através do qual o ser-humano compreende e se faz compreender mediante a transmissão de signos, sendo um complemento fundamental para a vida pessoal e social. A existência do ser humano depende da comunicação, da competência comunicativa das pessoas, dos seus grupos e das suas sociedades. Não se pode deixar de comunicar pois é nesse acto que se manifesta e constrói o ser.

O ser-humano comunica para interagir, transmitir ideias e conhecer. A comunicação é o acto essencial ao ser-humano para aprender e adquirir conhecimento. A concepção de comunicação entre os humanos pode ser definida como um *processo de interacção social através de mensagens significativas* (Alves, 2006, p. 2).

Para que o ser humano possa comunicar necessita de ter acesso à linguagem, isto é, o ser-humano precisa de aprender a comunicar antes de ter uma relação com o outro. E a linguagem é a base da comunicação. Como sugere Alves (1999), para que haja compreensão daquilo que é a comunicação é necessário também que se compreenda o que é a linguagem. O ser humano dispõe de vários e diversos modos de comunicar organizados em duas grandes categorias: a linguagem verbal e a linguagem não-verbal.

2.2. A Evolução da Linguagem

A Linguagem é o suporte utilizado quando existe um processo de comunicação.

Halliday, (1992), defende que a linguagem promoveu a rapidez com que o processo de comunicação se desenvolveu e agilizou. O autor indica também que foi a partir da linguagem que nasceram os códigos linguísticos, as mensagens escritas, os livros, os jornais e até a Internet.

Para poder comunicar o ser humano utiliza a linguagem nas suas variadas formas. Mas a linguagem como a conhecemos hoje é um composto organizado de símbolos que, através do auxílio de uma adequada aprendizagem precoce, possibilita ao indivíduo descodificar uma mensagem transmitida numa linguagem comum a este quando se dá o processo de comunicação. O ser-humano necessitou da linguagem para se fazer ouvir, para transmitir aos seus iguais as suas ideias e mensagens, ou seja, o ser-humano criou a linguagem para que a comunicação fosse possível (Perles, 2007).

Inicialmente a linguagem não se revestia da forma como a conhecemos agora, ordenada, com regras, com gramática e conhecimento geral. Hoje sabemos que existem símbolos que são comuns à maioria das nacionalidades e etnias e que essas similaridades resultaram de evolução e de aprendizagem. Sem linguagem, o nosso mundo interno seria um caos.

A linguagem desenvolveu-se à medida que foi sendo utilizada e que integrou símbolos mais específicos, ou seja, foi evoluindo, inovando e actualizando-se conforme as necessidades. A sua actualização foi sendo promovida, ensinada e aprendida até a termos hoje tão diversa e geral, permitindo a membros de sociedades diferentes a possibilidade de transmitir mensagens entre si, ou seja, tornando possível a comunicação entre pessoas de diferentes partes do Mundo.

Na actualidade usufruímos da oportunidade de ver, e ter acesso, a sinais de linguagem deixados pelos nossos antepassados, em diferentes formas e pertencentes às mais variadas e diversas civilizações. Tais sinais de linguagem, utilizados para que essas civilizações pudessem comunicar, elucidam-nos nos dias de hoje sobre como era possível e de que forma era feita a comunicação naquela época. As pinturas rupestres, os desenhos antigos gravados e registados nas paredes de cavernas e grutas de vários locais são sinais de linguagem.

A criação da escrita viria a fazer toda a diferença na comunicação e na vida das pessoas. A escrita é um dos géneros de linguagem mais importantes para o ser humano. O seu aparecimento teve início no século IV, antes de Cristo, e permitiu ao ser humano levar as suas mensagens de um lado para outro (Perles, 2007).

O aparecimento da escrita contribuiu para o evoluir da linguagem ultrapassando as barreiras do espaço e do tempo na transmissão de mensagens para um maior número de pessoas. A criação da escrita permitiu, também, a promoção e o desenvolvimento da comunicação que se propagou tornando-a um processo possível. Segundo Perles (2007) a escrita apareceu depois do ser-humano descobrir que as palavras e os nomes dos objectos eram compostos por unidades menores de som, isto é, por fonemas. Esta descoberta possibilitou ao ser-humano representar os objectos e todas as coisas através dessas mesmas unidades de som. Assim, a escrita apareceu como forma de os signos representarem sons e, esses mesmos sons uma vez combinados podem não só representar objectos como também transmitir ideias e mensagens. Desta forma surgiram as letras, as palavras e o homem criou alfabetos.

Após a sua criação, a comunicação escrita propagou-se, e, como refere Gaspar (2004) assumiu um papel fundamental no desenvolvimento e na divulgação do conhecimento científico.

Capítulo III - Uma Comunicação para Todos

3.1. A Tecnologia da Comunicação

Com a evolução do ser-humano, das suas capacidades e, conseqüentemente, das suas necessidades, as ferramentas que utiliza para comunicar também se foram alterando, evoluindo e actualizando.

Os meios que o ser-humano pré-Histórico utilizava para transmitir as suas mensagens, não são os mesmos que usamos hoje no nosso quotidiano. Ao visualizarmos imagens dessa época, é-nos fácil perceber as diferenças evidentes da evolução na Comunicação ao longo dos tempos. Tal como refere Mayr (1999), uma pessoa do século XXI tem uma perspectiva muito diferente do mundo, daquela que um indivíduo que viveu na era vitoriana tinha. As razões que levaram a essa alteração de cenário tem vários factores, mas um dos grandes determinantes foram os pertinentes e contínuos avanços da tecnologia. Perles (2007), afirma que a linguagem, a cultura e a tecnologia são elementos indispensáveis e que se complementam para dar forma ao processo de comunicação.

No entanto, quando o ser-humano criou essas mesmas ferramentas, não foi com o intuito de comunicar, não era esse o objectivo principal da primeira tecnologia desenvolvida. O grande objectivo foi mesmo a sobrevivência e, os primeiros artefactos criados pelo homem serviam para despedaçar alimentos (Perles, 2007).

Como processo natural de evolução, também os meios de comunicação foram evoluindo e dando lugar a outros mais modernos, actuais, sofisticados, simples e intuitivos. Gaspar (2004) demonstra que os sistemas e meios de comunicação cresceram a um ritmo muito elevado e, actualmente encontram-se com uma grande capacidade de armazenamento e acessibilidade à informação, sendo que o sistema e serviço mais emblemático de todos os meios de comunicação é a Internet. Antes da criação da Internet e de outros meios de comunicação em massa mais sofisticados como a televisão houve a criação do mais importante, a Imprensa.

3.2. Importância da Imprensa na Educação

Devido à criação da linguagem, à evolução da comunicação e inovação na tecnologia, a informação necessitava ser promovida e estar acessível a todas as pessoas de uma forma mais rápida e simples. A informação precisava, de forma pertinente, de ser divulgada, ser dada a conhecer, ou seja, as pessoas necessitavam de dar a conhecer ao mundo aquilo que no mundo se passava. Com o avanço do

conhecimento e da tecnologia foi desenvolvida uma ferramenta que ainda hoje é uma das mais utilizadas para a transmissão de informação: o papel escrito.

Gutenberg, foi considerado o pai da imprensa, o que permitiu a divulgação do conhecimento até à massificação que conhecemos actualmente (Gaspar, 2004).

A imprensa, como afirma Perles (2007), é considerada como a origem da comunicação de massas e constitui o primeiro método capaz de disseminar ideias e informações através de uma única fonte.

Depois de demonstrar o seu potencial e dinamismo, a imprensa foi-se propagando a diferentes áreas. Uma dessas áreas foi a educação onde o conhecimento passou a ser difundido em massa e a abranger populações que, de outra forma, não teriam oportunidade de aceder à informação e ao saber.

A imprensa desempenhou ainda um papel relevante no desencadear de Revoluções. Como o conhecimento e a informação estavam mais acessíveis, cada um poderia agora raciocinar e construir as suas concepções lógicas em relação aos vários problemas do Mundo. E era inevitável que existissem perspectivas contrárias, opiniões diversas e conflitos entre as populações dado que cada um reunia argumentos e defendia aquilo em que acreditava. Assim, e como afirma Bacelar (1999), a imprensa foi um importante instrumento nas Revoluções, nomeadamente nas colónias inglesas da América onde proporcionou a divulgação e defesa de ideias visionárias que deram forma à Revolução Americana. A imprensa foi fundamental também para os aparelhos de agitação de propaganda, e na disseminação de ideias dos movimentos ideológicos revolucionários, que apareceram em início do século XIX e que tinham como objectivo transformar o Mundo.

Torna-se então pertinente que a informação seja divulgada em massa e, em 1605, é criado o primeiro jornal impresso do Mundo, o *Relationen*. A Imprensa permitiu que os *media* e a tecnologia sofressem desenvolvimentos, e que hoje as pessoas tenham acesso a fontes de informação actualizadas e organizadas (Perles, 2007)

Tornou-se pertinente tornar a informação acessível a cada vez mais pessoas até que toda a população estivesse informada, actualizado e fosse possível a comunicação entre todos. Surgiram então os *mass media*, meios de comunicação social ou a comunicação em massa.

O aparecimento de meios de comunicação mais evoluídos, como a Internet, fizeram a diferença na imprensa e no conceito que o Homem tem do acto de comunicar. Estes meios possibilitaram de forma extremamente fácil a comunicação e divulgação do conhecimento.

Capítulo IV - Uma Sociedade Digital

4.1. A Internet como uma nova Era

As novas tecnologias têm tido destaque e são hoje, segundo Kalinke (2003), uma parte integrante da sociedade contemporânea.

Estamos numa era em que existe pleno acesso à informação e essa foi uma das maiores transformações ocorridas no século.

O computador é actualmente uma ferramenta utilizada por praticamente todas as pessoas no mundo e, é natural que quando se fala em computador, associa-se de imediato à Internet.

A Internet é um conjunto de serviços disponíveis e, segundo Prensky (2001), a crescente utilização deste serviço deve-se, em parte, ao domínio, apropriação e uso pelas novas gerações. Depois da Internet se ter desenvolvido, ao ponto de estar disponível para todo o mundo e para todas as pessoas, o seu uso tornou-se comum (praticamente todos a sabem utilizar) e recorrente, dado que passou a ser utilizada diariamente para um conjunto de tarefas.

A Internet foi uma das maiores invenções tecnológicas da história da Humanidade. Com o seu surgimento a comunicação tornou-se num processo muito mais fácil e acessível. O seu desenvolvimento foi rapidamente acelerado e a sua aparência modificada. No mundo digital o papel e a caneta deram lugar ao computador equipado por um monitor, teclado, rato, etc., e todos os conteúdos são acedidos através daquilo que o próprio monitor nos mostra, isto é, a interface do mesmo.

O impacto que o aparecimento da Internet causou foi enorme, e sentido nos mais variados contextos e ciências. Provocou mudanças e incrementou o desenvolvimento na Comunicação, na Educação, nas Organizações, na Sociedade e nas Relações Sociais.

Através dela foi possível ter acesso à informação numa questão de segundos, em qualquer parte do mundo, pois, como indica Castells (2004), a Internet é um meio de comunicação pioneiro na comunicação de muitos para muitos, em tempo escolhido à escala global, um instrumento fundamental para o Terceiro Mundo, possibilitando que as pessoas transcendam as regras institucionais, superem as barreiras burocráticas e subvertam os valores estabelecidos no processo de criação de um novo mundo.

A Internet é assim designada uma vez que esta se propaga por um infinito número de canais, interligados, organizados e em constante comunicação a que se chama Net ou Rede.

Segundo Castells (2004) a Internet surgiu em Setembro de 1969 através da ARPANET, uma rede de computadores estabelecida pela ARPA, ou Advanced Research Projects Agency.

No ano de 1990 a grande maioria dos computadores dos Estados Unidos da América estavam já preparados para funcionar em rede.

O serviço mais conhecido da Internet, é a WWW ou World Wide Web, e foi criada por Berners-Lee com o objectivo principal de melhorar o sistema de documentação do CERN, a Organização Europeia para a Investigação Nuclear, sediada em Genebra na Suíça (Castells, 2004). A função principal da World Wide Web é a partilha de informação e a ligação entre si de diversas fontes de informação através de um sistema interactivo de computação. Por volta dos anos 90 a Internet encontrava-se já privatizada e a sua ligação à rede podia ser efectuada em qualquer rede informática a partir de qualquer ponto do planeta. A World Wide Web estava disponível para funcionar com qualquer software à disposição dos utilizadores. Conforme indica Castells (2004), a Internet teve o seu início oficial em 1995 mas já estava na mente de informáticos desde os anos 60 (em 1969 já se haviam estabelecido redes de comunicação entre computadores).

4.2. Impacto da Comunicação Online nas Relações Sociais

As novas tecnologias, nomeadamente a Internet, vieram trazer novas formas de comunicar. A evolução da comunicação passou pelos sinais de fumo, pinturas em paredes, mensagens em garrafas, pombos correios, escrita de cartas, entre outras opções e, actualmente, apesar de ainda se manterem algumas dessas formas, a comunicação online tem tido um papel predominante na sociedade.

A comunicação online engloba um vasto leque de opções e requer um mínimo de requisitos: Internet e um equipamento tecnológico com acesso a esse serviço. A conversação pelos chats, envio de mails, discussão de assuntos por fóruns, escrita de blogs, acompanhamento de informação pelos sites e utilização das redes sociais, são alguns dos diversos modos de comunicação online.

Este cenário, como sugere Castells (2004), vem provocar uma controvérsia relativamente ao surgimento de novos padrões de interacção social, uma vez que as comunidades online, isto é, as pessoas que se comunicam via Internet podem, por um lado, revelar novos e selectivos modelos de relações sociais que podem vir a substituir as formas de interacção limitadas territorialmente mas, por outro, também corroborar com a ideia de que a expansão da Internet está a conduzir a um isolamento social e a

uma ruptura da comunicação social e da vida familiar, uma vez que quem comunica online se refugia no anonimato e pratica uma sociabilidade aleatória, abandonando a interacção pessoal cara a cara e os espaços reais. O autor salienta ainda que a Internet é uma extensão da vida real tal como é, em todas as suas dimensões e modalidades. Assim, mesmo quando uma pessoa comunica num chat online é a sua vida real, bem como a sua vida real online, que determina e define o modelo de interacção online.

Não há dúvida de que a comunicação online facilita a vida das pessoas, tornando-se num mecanismo mais prático e dinâmico, possibilitado em poucos segundos que o utilizador envie uma mensagem a quem desejar ou entre em contacto com um desconhecido de um país que nunca espera vir a conhecer.

Mas o grande dilema da comunicação online é se esta é uma fonte de comunicação renovada ou, se por outro lado, as pessoas tendem a refugiar-se nesta facilidade de comunicação e fugir do mundo real para passarem a viver, somente, num mundo virtual.

Neste sentido, alguns importantes estudos foram realizados por forma a saber qual a influência da comunicação online na sociabilização real das pessoas. A primeira investigação de Howard, Rainie e Jones (2001, citado por Castells, 2004), foi conduzida pelo Internet and American Life Project do Pew Institute, e inquiriu uma amostra representativa da população norte-americana. Os resultados mostraram que a utilização do correio electrónico, vulgo e-mail, contribuiu para o incremento das relações sociais com famílias e amigos e proporcionando também um alargamento de amigos no geral. Outro estudo, da autoria de Uslaner (1999, citado por Castells, 2004), indica que os utilizadores da Internet costumam ter uma rede de relações sociais mais ampla que os não utilizadores. Castells (2004) afirma mesmo que a Internet parece ter um efeito positivo na interacção social e a tendência é para que aumente a exposição a outras fontes de informação. Outro interessante e pertinente estudo levado a cabo por Di Maggio, Hargittai, Neuman e Robinson (2001, citados por Castells, 2004), demonstram que as pessoas que utilizam a Internet lêem mais livros, estão mais atentas a acontecimentos artísticos, vão mais vezes ao cinema, vêem mais eventos desportivos e fazem mais desporto que aqueles que não são utilizadores.

Ao que tudo indica a comunicação online promove as relações sociais no mundo e na vida real. Mas o contrário também se pode verificar se ocorrer falta de controlo na utilização. O estudo realizado por Di Maggio, et al., (2001, citados por Castells) revela que ainda que os utilizadores da Internet apresentam uma descida do

seu nível de sociabilidade a partir de um certo limite de actividade online, onde a Internet começa a substituir outras actividades como tarefas domésticas, atenção às famílias e sono.

No entanto há que realçar algumas diferenças entre a comunicação feita pessoalmente e a comunicação realizada através do computador. Quando a comunicação é realizada na segunda hipótese, uma das grandes diferenças é a ausência física do outro, o que por vezes gera uma sensação de liberdade temática que frente-a-frente poderia não ocorrer. Outra diferença é o tempo, visto que no computador, a pessoa tem que escrever para comunicar e isso dá-lhe mais tempo para pensar no que vai transmitir permitindo que as respostas sejam mais reflectidas. Como explica Costa (2009), quando comunicamos na Internet, o que dizemos é desprovido de tom e isso faz com que a interpretação da mensagem enviada pelo outro provoque sentimentos e opiniões diferentes das que são ditas pessoalmente. Desta forma é praticamente impossível perceber o que é verdade, cinismo, mentira, etc., apenas pelo que está escrito. Outra característica que distingue estas duas formas de comunicação é a que refere Rollinson e Broadfield (2002, citados por Costa, 2009) afirmando que, num ambiente virtual, os actores tendem a mostrar nas interacções o eu ideal e deixam de parte o eu actual. Este fenómeno deve-se ao facto de ser mais simples ter conversas, de estas serem premeditadas e com objectivos mais definidos. Ainda outra diferença é a centração que as pessoas têm sobre si na conversa, isto é, a comunicação a partir do computador pode promover demasiada atenção nos emissores, e gerar alguma impessoalidade na relação. Desta forma, e como sugere Lucas (1998), os emissores poderão não ter tanta consciência do papel do receptor na conversa e, por excesso de confiança, fornecerem informações pessoais.

No entanto, a comunicação online é cada vez mais uma tendência, adoptada pelos meios de comunicação, governos, organizações, empresas, escolas, e pessoas de todas as classes sociais de forma a comunicarem entre si e para o mundo.

4.3. As Redes Sociais como uma nova forma de Interacção

A evolução da Internet possibilitou que, cada vez mais, surgissem novos serviços dispostos a cativar o utilizador e a responder, de forma cada vez mais intuitiva, às suas necessidades e interesses específicos e individuais.

As redes sociais foram um desses serviço permitindo que as pessoas comuniquem mais facilmente umas com as outras através de programas como chats,

que partilhem informação de forma rápida e simples, que possam estar sempre actualizadas em relação aos seus interesses, divulgar eventos e notícias, participar em discussões, entre outras tantas actividades.

Boyd e Ellison (2008) definem as redes sociais como serviços web que permitem aos sujeitos (1) Construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado; (2) Articular uma lista de outros utilizadores com quem eles compartilhem uma ligação e (3) Ver e percorrer a lista de contactos próprios bem como os que são feitos pelas pessoas dentro da sua lista de amigos.

Desta forma, uma rede social é uma rede de computadores ligada a uma rede de pessoas e organizações (Garton, Haythoenthwaite & Wellman, 1997) e essa rede é constituída por actores e por ligações. Os actores são as pessoas, instituições, empresas e/ou grupos. Por sua vez, as ligações são as interacções e laços sociais que esses actores têm na rede (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999, citados por Recuero, 2009).

A percepção que temos de uma pessoa numa rede social, é diferente da que temos de alguém quando a conhecemos pessoalmente. Na rede social estamos perante um perfil, com fotografias, informação pessoal e informação adicional da pessoa, e, segundo Donath (1999), por vezes, quando conhecemos alguém nas redes sociais, julgamos e percebemos as pessoas apenas pela informação que esta disponibiliza no seu perfil.

As redes sociais, como defendem Boyd e Ellison (2008), oferecem várias funcionalidades, mas a sua principal característica é o aspecto, pois consistem em perfis individuais dos seus utilizadores que podem ser, ou não, ser públicos e exibem uma lista articulada dos amigos que o utilizador possui na sua rede.

Antes de mais, as redes sociais permitem que as pessoas se dêem a conhecer ao mundo através da criação de um perfil, isto é, uma página pessoal, onde o utilizador cria a sua identidade virtual. No perfil será colocada primeiramente a informação básica como o nome, a idade, o local onde vive, onde estuda, onde trabalha, o estado civil, entre outros dados opcionais. Depois o utilizador coloca também a sua fotografia que será como que o cartão de visita do perfil. Esta fotografia é também opcional uma vez que o utilizador pode optar por uma imagem aleatória ou nenhuma imagem. Seguidamente será sugerido ao utilizador que se descreva numa frase ou texto de modo a que, quem visita o seu perfil, fique com uma noção de como é aquela pessoa. Por fim, e para a conclusão do perfil, serão colocados os seus

interesses tais como músicas e bandas, livros e autores, filmes, televisão, jogos, entre outras informações que o utilizador deseje acrescentar.

Ao longo do uso da rede social, e mediante as redes, o utilizador vai melhorando e actualizando a sua página podendo colocar novos dados e informações que partilha com os amigos da sua rede.

As redes sociais são serviços muito recentes e Boyd e Ellison (2008) indicam que a pioneira, foi a SixDegrees.com, criada em 1997, e permitiu que muitas pessoas se ligassem e enviassem mensagens entre si sendo essa a principal razão de ter atraído milhares de utilizadores.

No entanto, o ano de 2003 foi o grande ano para as redes sociais. A maioria destacava-se pelo perfil como imagem central e/ou por serem destinados a um determinado grupo demográfico. Exemplo disso é o LinkedIn que é direccionado para pessoas de negócios e com interesses profissionais (Boyd e Ellison, 2008). Com o crescimento da comunicação social surgiu a necessidade da criação de redes para partilha de dados como o caso do Flickr para partilha de imagens, da Last.FM para partilha de música e do Youtube para partilha de vídeos. Segundo os autores, também surgiram alguns sites de redes sociais que tiveram mais impacto num determinado país, como o Orkut, que obteve mais sucesso na comunidade brasileira e o Windows Live Spaces que, apesar de ter tido mais impacto nos EUA, também foi extremamente popular noutros países.

Ainda em 2003 surge a grande rede social virada para a música e artistas musicais, MySpace (Boyd e Ellison, 2008), onde os utilizadores podem, para além de ter o seu perfil, conhecer melhor os seus ídolos que, por seu turno, também ganham proximidade aos fãs, saber das novidades no mundo artístico e, ainda, promover as pequenas bandas que alguns integrem.

Em 2005 foi criado o Hi5, uma grande rede social que cativou muitos jovens. Caracterizava-se por ser muito dinâmica e possibilitava ao utilizador personalizar a imagem do seu perfil, colocar animações, entre outros.

Em 2004, como refere Recuero (2009) nasce a que seria a maior rede social do mundo, o Facebook, criada por um aluno de Harvard e direccionada a alunos do secundário. Mas o sucesso inicial desta deveu-se à possibilidade de, no perfil, o utilizador poder adicionar aplicações e poder partilhá-las com os amigos da sua rede, aplicações essas que podiam ser desenvolvidas pelo próprio. Foi uma rede social que implementou mais funcionalidade.

O Twitter nasce em 2006 e difere das restantes redes por ser um microblogging, isto é, o utilizador vai publicando pequenos textos com um máximo de 140 caracteres. Em vez de amigos, na página desta rede, o utilizador tem seguidores que o acompanham e pessoas que segue e vai recebendo todas as actualizações de perfil existentes na sua rede (Recuero, 2009).

Em meados de 2011 a Google apresenta a sua rede social Google+ considerada como a grande concorrente do Facebook.

A evolução e melhoria das redes sociais também se deveu à segunda geração tecnológica dos serviços da Internet, a Web 2.0, que teve como objectivo, segundo Lisboa, Junior & Coutinho (2009) a colaboração e partilha de conhecimentos na Internet promovendo, assim, um espaço onde as pessoas se possam expressar.

Os estudos destinados a investigar as interacções nas redes sociais são muito recentes, escassos e, maioritariamente, quantitativos. No entanto alguns autores têm uma perspectiva de como se desenvolve a interacção no mundo virtual.

Em 1991, Reid (citado por Recuero, 2009), defende que a interacção na internet pode ser feita de forma síncrona ou assíncrona. A primeira simula uma interacção em tempo real e os utilizadores recebem *feedback* imediato, pois ambos estão *online*. Esta interacção é do tipo da que ocorre em *chats* ou no conhecido *Messenger*. Por sua vez, a forma assíncrona, acontece quando a resposta não é imediata, como é o caso do *e-mail*, *blogs* ou fóruns.

Primo (2003) refere que na interacção mediada pelo computador existe a interacção mútua e a interacção reactiva e que se distinguem pelo relacionamento mantido entre os utilizadores. Assim, uma interacção reactiva acontece quando, por exemplo, o utilizador clica no botão *Aceitar Amigo* na rede social. Já a interacção mútua é quando o utilizador, por exemplo, conversa com outro na rede social. Segundo o autor, a interacção reactiva tem limitações pois não gere laços sociais, ao passo que a interacção mútua permite gerar relações mais complexas a nível social.

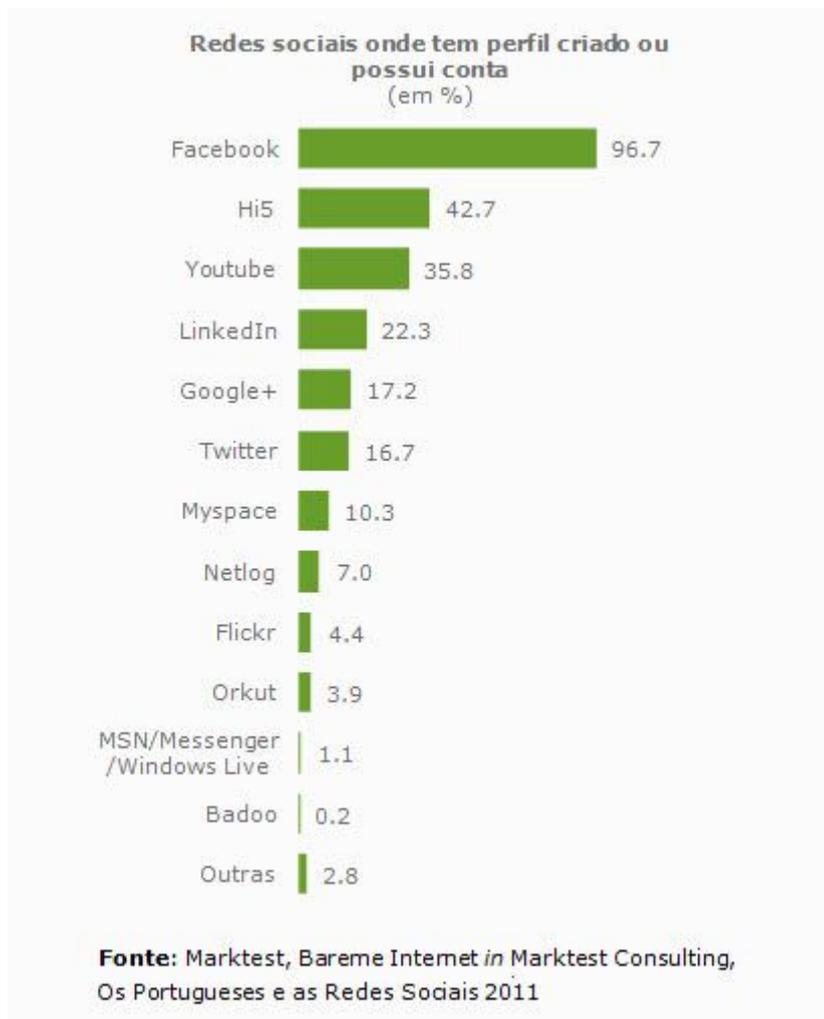
Um estudo realizado em 2008 por Lewis, et al., (2008) designado *Tastes, Ties, and Time: A new social network dataset using Facebook.com*, investigou os dados colocados no Facebook de alunos de uma Universidade (N=1640) com o objectivo de demonstrar o potencial que redes sociais como o Facebook têm para a recolha de informação, e desenvolvimento de uma base de dados dos alunos, a partir dos seus perfis no Facebook. Os autores chegaram à conclusão que o Facebook é uma forma ideal de pesquisa, recolha e análise de dados uma vez que não existem tantos problemas com a precisão de resposta e o investigador pode facilmente aceder ao

conteúdo que deseja analisar, tornando-se uma forma de pesquisa que necessita de menos recursos que as entrevistas e questionários tradicionais.

Já em Portugal, os dados estatísticos de 2010, analisados pela LINI, referem que 56,4% dos portugueses utilizam redes sociais. Estes dados indicam que as mulheres (60,7%) utilizam mais as redes sociais do que os homens (52,3%), sendo que a maioria são jovens entre os 15 e os 24 anos (42,3%) os que utilizam o Facebook. A maior percentagem dos utilizadores (87,6%), afirma que usa as redes sociais para manter contacto com pessoas que estão longe.

Mais recentemente foi realizado um estudo pela Markttest (2011), designado *Os Portugueses e as Redes Sociais 2011*, cujos resultados indicaram que 97% dos utilizadores de redes sociais tem um perfil no Facebook que utilizam para enviar e receber mensagens.

Os Portugueses e as Redes Sociais. Redes sociais onde têm perfil criado ou possui conta



A imagem acima, indica as redes sociais onde os portugueses têm um perfil criado ou possuem uma conta. Na imagem podemos observar que o Facebook é a rede mais utilizada pelos portugueses (97%), seguida da rede social Hi5 (42.7%) e Youtube (35.8%). Badoo (0.2%) e MSN (1.1%) são as redes sociais menos referidas.

O estudo ainda demonstrou haver diferenças entre géneros uma vez que os homens utilizam mais o Google+ e as mulheres a rede social Netlog. Existem mais sujeitos entre os 35 e os 44 anos registados na rede social profissional LinkedIn, e a rede social de fotografia Flickr contabiliza um número de registos superior de pessoas de classes elevadas.

Acerca da funcionalidade a maioria dos inquiridos indicou que utiliza as redes sociais para enviar e receber mensagens (75.8%), comentar publicações de amigos (71.2%) e utilizar o chat (62.4%) (Marktest, 2011).

O Facebook é actualmente a rede social mais utilizada em todo o mundo, tendo mais de mil milhões de utilizadores activos mensalmente (Facebook, 2012). A rede consegue implementar todas as funções inerentes às demais redes sociais existentes, e fá-lo através de um aspecto cativante, simples, bastante intuitivo e que disponibiliza ao utilizador múltiplas opções de actividades e conteúdos.

Assim sendo, e como refere Costa, (2009) torna-se pertinente compreender que actividades, comportamentos e ideias se partilham nessas redes sociais e porque tão facilmente nos comunicamos e trocamos notícias com pessoas de outro ponto do planeta.

4.4. A Rede Social Facebook

Depois de terem existido várias redes sociais surge a que viria ser a rede social mais popular do mundo: o Facebook. Esta rede social começou por ter uma história bastante peculiar no mundo das redes sociais, e captou a atenção de milhões de utilizadores em todo o mundo. A sua utilização em massa deve-se à aparência que apresenta, à fácil utilização, variedade de funcionalidades, capacidade de interligar pessoas e organizações no mesmo espaço e ainda a rapidez e simplicidade com que a informação se partilha e propaga pelo Mundo. Desta forma o Facebook conseguiu ser a rede social número um, e é preenchida por uma variedade de utilizadores, desde os jovens aos idosos e, até mesmo empresas que tentam promover as suas marcas, e universidades que pretendem estar mais perto dos seus estudantes.

Segundo Kirkpatrick (2011), autor do livro *"The Facebook Effect"*, que contou com a colaboração do próprio fundador do Facebook Mark Zuckerberg, esta rede

social é uma nova forma de comunicação pois conduz a novos efeitos interpessoais e sociais que são fundamentais. O Facebook põe as pessoas em contacto umas com as outras, por vezes sem intenção das mesmas, permitindo-lhes partilhar experiências, interesses, problemas ou causas comuns. Esta relação pode ocorrer em pequena escala, num grupo de amigos ou familiares, ou em grande escala, quando se juntam milhões de pessoas. Kirkpatrick adianta que a plataforma do Facebook torna a informação viral, ou seja, todos os conteúdos partilhados passam rapidamente por grupos de forma a dar a conhecer essa mesma informação a várias pessoas em simultâneo. O utilizador do Facebook que lê essa informação pode enviar a outras pessoas mesmo que não esteja intencionalmente a fazê-lo.

O Facebook foi criado por Mark Zuckerberg, aluno da Universidade de Harvard, mas não começou por ter este nome nem por ser a rede social como hoje é conhecida. Kirkpatrick (2011) revela como foi desenvolvido o Facebook e como conseguiu alcançar o patamar que hoje ocupa. Mark Zuckerberg criou em 2003, no seu quarto de estudante, um *software* designado *CourseMatch* que tinha como objectivo ajudar os estudantes de Harvard a escolher que aulas queriam frequentar com base nas pessoas que se haviam nela inscrito. Foram muitos os estudantes que aderiram a este serviço e, segundo o próprio Zuckerberg, demonstrava que nos *podíamos relacionar através das coisas* (p. 34).

Depois deste primeiro projecto, Zuckerberg criou o Facemash, onde os alunos votavam em colegas que gostassem mais por forma a descobrir qual era a pessoa mais *sexy* do *campus*. Este programa foi surpreendentemente bem-sucedido em Harvard e os alunos não conseguiam deixar de o usar apesar de várias críticas e chamadas de atenção do Conselho Administrativo de Disciplina de Harvard. Zuckerberg continuou a criar vários pequenos programas do género e a 11 de Janeiro de 2004 pagou 34 dólares para registar o endereço electrónico *Thefacebook.com* que integrava as funcionalidades do CourseMatch, Facemash e Friendster. O objectivo central desta rede era a de serem os próprios estudantes a colocarem as suas informações online e não apenas a Universidade. Zuckerberg explica a rede como uma maneira de ajudar as pessoas a partilharem mais em Harvard, para que pudessem ver mais do que estava a acontecer na universidade. Queria fazê-lo de forma a poder ter acesso a informação sobre qualquer um, e qualquer pessoa poder partilhar tudo o que quisesse. Após a divulgação do *Thefacebook.com*, mais de 900 estudantes de Harvard fizeram o seu registo, sendo esse o tema principal nas cantinas

e nos intervalos das aulas. *As pessoas não conseguiam parar de usar* (p.48), revelou Zuckerberg. (Kirkpatrick, 2011)

O *Thefacebook* segundo indica Kirkpatrick (2011) cativou por se apresentar como uma rede extremamente simples onde, para se inscrever o utilizador criava um perfil com a sua imagem, adicionava alguma informação pessoal, podia referir a sua situação amorosa, podia incluir o seu número de telefone, contacto de chat e endereço de *e-mail*. Os alunos podiam igualmente colocar as disciplinas que frequentavam, os livros que liam, os filmes que gostavam, as suas músicas preferidas, os clubes a que pertenciam, a filiação política e uma citação favorita. No início apenas pessoas de Harvard poderiam fazer parte desta rede uma vez que era requisito possuir um endereço de *e-mail* da Harvard.edu. O impacto da rede social chamou à atenção dos mercados como um potencial negócio no entanto o seu criador recusa e alarga a rede a outras Universidades.

Com o objectivo de crescer e desenvolver ainda mais a rede social, Zuckerberg mudou-se com os seus colegas de trabalho para os escritórios em Palo Alto, na Califórnia e criou a empresa com o nome *Facebook* a 20 de Setembro de 2005, altura em que já 85% dos estudantes norte-americanos eram utilizadores, e 60% acedia ao site diariamente. A afixação de fotografias era uma das actividades mais realizadas na rede social e, em finais de 2009, o Facebook albergava já 30 milhões de fotos, tornando-se o maior site de fotografias do mundo.

Começa então a florescer o problema da privacidade. Muitos jovens estavam preocupados acerca dos conteúdos que partilhavam na sua rede, e Kirkpatrick (2011) explica que no Facebook podemos querer projectar a nossa identidade de uma determinada maneira, no entanto os nossos amigos podem contradizer-nos, comentando as nossas actualizações, fotografias, entre outros. O Facebook veio obrigar a uma redefinição em massa das fronteiras da intimidade social, uma vez que grande parte dos jovens utilizadores coloca na rede social, de livre vontade, variados pormenores sobre a sua carreira, relações, interesses e história pessoal. O autor refere que se torna possível conhecer melhor alguém pelo Facebook, que em dez anos de amizade com essa mesma pessoa.

Como anteriormente indicámos, os grandes meios de transmissão da informação eram o rádio e a televisão, e as redes sociais, em especial o Facebook, trouxeram acentuadas mudanças nesse campo uma vez que essa transmissão passou a poder ser também realizada por indivíduos vulgares sem competências especiais ou particulares (Kirkpatrick, 2011).

O Facebook tem um grande poder de unir as pessoas e gerar actividades sendo um meio que torna mais fácil a sua organização. No entanto as intenções podem ser, e ter, uma força tanto construtiva como destrutiva. O autor demonstra o poder do Facebook dando o exemplo da organização de mais de mil pessoas que em Setembro de 2008 se juntaram em Grand Rapids, Michigan, para baterem umas nas outras com almofadas durante vinte minutos. Essa organização, iniciada através da rede social, é hoje uma das actividades mais conhecidas em todo o mundo, e que se realiza como forma de combater o stress. Este impacto é também sentido na comunicação social uma vez que qualquer utilizador da rede pode editar, criar conteúdos, produzi-los e fazer a sua distribuição. Essas, que eram antes actividades e funções da comunicação social, estão a ser executadas por qualquer pessoa (Kirkpatrick, 2011).

Noutra área diferente, nomeadamente nos jogos, também a rede social implementou várias plataformas que cativaram os utilizadores levando milhares a aderirem para jogar pelo Facebook em vez de o fazerem através de qualquer outro serviço. Este cenário, como refere Kirkpatrick (2011), fez questionar os grandes criadores e marcas dos jogos electrónicos como Playstation, Xbox e Nintendo Wii, que preferiram transferir os seus jogos para a plataforma Facebook uma vez que esta permite que mais de 30 milhões de pessoas joguem em simultâneo semanalmente.

Em Agosto de 2006 o Facebook torna-se a plataforma que actualmente se conhece apesar de ter sofrido, posteriormente, algumas alterações. Começou-se a desenvolver aplicações para o Facebook como jogos e a 24 de Maio de 2007 já eram 24 milhões os utilizadores activos e, 150 mil, o número de pessoas que acedia diariamente. Um ano depois as aplicações do Facebook superavam as 500 mil, aplicações criadas por mais de um milhão de programadores oriundos de 180 países diferentes. No início de 2009, em 17 países diferentes, cerca de 30% dos cidadãos não utilizadores da Internet estavam registados no Facebook. Este crescimento foi contínuo, superando as demais redes. 'Facebook' tornou-se o termo mais pesquisado na Internet ultrapassando a palavra sexo (Kirkpatrick, 2011).

Outra área em que o Facebook teve forte impacto foi ao nível das organizações, das instituições e dos governos. Mark Zuckerberg, actual CEO do Facebook, considera que a rede social criou mais transparência à economia de doação, isto é, *o Facebook está a mudar a forma como os governos trabalham... e um mundo mais transparente gera um mundo mais bem governado e mais justo* (Kirkpatrick, 2011, p. 368). O Facebook permite aos utilizadores a criação de grupos

de causas, e adicionar amigos com as mesmas perspectivas e ideologias. Desta forma vários protestos, manifestações, eventos, mudanças de lei, entre outras situações, ocorreram e foram possíveis devido à magnitude do Facebook, uma vez que permite que a vários grupos possam aderir milhares de pessoas que partilhem ideias e sugestões, e determinem uma mudança. Exemplo disso foi o protesto do Egipto, país onde o protesto público pode levar à tortura e prisão e a luta contra a limitação de largura de banda da Internet que resultou da criação de um grupo no Facebook (Kirkpatrick, 2011).

Desde 2009 até aos dias de hoje, o Facebook tem continuado a crescer, tornando-se na rede social mais popular do Mundo, e, segundo dados estatísticos fornecidos pelo próprio Facebook (2012), em Outubro a rede social tinha mil milhões de utilizadores activos. Apenas 19% dos utilizadores activos são dos Estados Unidos da América e do Canadá e mais de 552 milhões de utilizadores acedem à rede diariamente. Cerca de 600 milhões de utilizadores, acedem mensalmente à rede social a partir dos seus dispositivos móveis, como telemóvel ou tablets, e a empresa já tem cerca de 4.000 funcionários e a rede social está disponível para 70 idiomas.

Na perspectiva de Kirkpatrick (2011), ao criar o Facebook, Mark Zuckerberg queria dar poder ao indivíduo, para que ele pudesse ter ferramentas que lhe permitissem comunicar de forma mais eficiente e ter sucesso num mundo onde, cada vez mais, a informação está em todo o lado, independentemente do que façamos.

O estudo *Why do people use Facebook* (Nadkarni e Hofmann, 2011), indica que o Facebook é utilizado essencialmente por duas razões: a necessidade de pertencer e a necessidade de auto-apresentação.

De forma a investigar como a personalidade de cada um influencia o uso ou não do Facebook, o estudo *Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five: shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage* (Ryan e Xenos, 2011) utilizou uma amostra de 1324 utilizadores de Internet da Austrália, com idades compreendidas entre os 18 e 44 anos. Os utilizadores responderam a um questionário, que incluía inventários de personalidade, e os resultados indicaram que os utilizadores do Facebook tendem a ser mais extrovertidos e narcísicos, porém menos conscientes e socialmente mais solitários que as pessoas que não utilizam a rede social.

No entanto a personalidade pode também interferir na forma quantitativa que os utilizadores utilizam as redes sociais. Moore e McElroy (2011) desenvolveram um estudo designado *The influence of personality on Facebook usage, Wall posting, and*

regret e, com o auxílio de um inventário de personalidade, obtiveram resultados que apontam para o facto de a personalidade estar relacionada com a quantidade de informação que é colocada online, o número de amigos que se tem no Facebook, o género de informação que é colocada nos murais e, ainda, o nível de arrependimento após colocação de conteúdo impróprio.

Estudos recentes (Baek, et al., 2011) indicam que as motivações principais para a utilização do Facebook são a partilha de informação. Os utilizadores utilizam o Facebook também para colocar conteúdo de entretenimento, para passar o tempo, como uma utilidade interpessoal e ainda para a promoção do seu trabalho. O estudo indica ainda que os utilizadores com ensino superior são os mais propensos à partilha de notícias.

Outro recente estudo (Bicen e Cavus, 2011), indica que o Facebook é um dos sites mais usados para a partilha de informação. Os resultados indicaram que as funcionalidades que os estudantes mais utilizam no Facebook são as mensagens, chat, amigos, links, notícias e fotografias, e podem ser benéficos para a vida social e académica dos mesmos.

Parte II

ESTUDO EMPÍRICO

Capítulo V- Método

A escolha da metodologia decorreu da natureza do problema a estudar. Por se tratar de uma investigação que incide sobre práticas sociais pouco estudadas, optámos pela realização de um estudo exploratório qualitativo. Esta metodologia permite realizar a análise das descrições feitas pelos sujeitos da amostra e da informação recolhida na rede social Facebook.

5.1. Objectivos

O presente estudo pretende investigar que relação existe entre os estudantes universitários e a rede social Facebook. De um modo mais específico pretendemos conhecer como os estudantes de ensino superior que frequentam cursos da área de Ciências Sociais e da área de Ciência e Tecnologias utilizam a rede social Facebook.

Mais especificamente, pretendemos saber:

- i) Como caracterizam os estudantes a rede social Facebook.
- ii) Que funcionalidades encontram disponíveis na rede social.
- iii) Como utilizam a rede social no dia a dia.
- iv) Que tipos de interacções realizam na rede social.
- v) Que relação tem a rede com os seus hábitos sociais.
- vi) Que benefícios académicos lhes proporciona a rede.

Pretende-se com esta investigação averiguar, no caso dos estudantes universitários, que tipo de utilização fazem da rede social Facebook, que funções a rede lhes proporciona, que interacções os jovens buscam e desenvolvem através dela, e que contributos ainda conseguem obter por essa via.

O motivo da escolha dos estudantes das duas diferentes escolhas de Ciências, prende-se pela intenção de também observar se existem diferenças e semelhanças entre a utilização da rede social Facebook nos estudantes da Escola de Ciências Sociais, e nos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias.

Com o emergente uso das novas tecnologias, e em particular das redes sociais, é pertinente saber de que forma os jovens interagem no mundo virtual, nomeadamente nas redes sociais e no Facebook em particular.

5.2. Participantes

Para a realização deste estudo foi necessário seleccionar uma amostra de estudantes universitários constituída por vinte estudantes da Universidade de Évora, dos quais dez frequentam cursos da Escola de Ciências Tecnológicas (ECT) e dez da Escola de Ciências Sociais (ECS). A selecção foi realizada tendo como condição que os estudantes tivessem conta na rede social Facebook e que aceitassem a investigadora 'como amiga' na rede social.

Pela análise do Quadro 1 podemos observar que a amostra é constituída por uma maioria de participantes do sexo feminino (17), sendo que na Escola de Ciências sociais corresponde à totalidade.

Quadro 1. Género

Área de Estudo/Escola	Género		Total
	<i>F</i>	<i>M</i>	
ECS	10	0	10
ECT	7	3	10
TOTAL	17	3	20

No que se refere à idade o Quadro 2 mostra idêntico número de estudantes com idades abaixo dos 20 anos (9) e, no intervalo entre os 20 e os 23 anos (9) nas duas áreas de estudo consideradas (Ciências Sociais e Ciência e Tecnologias).

Quadro 2. Idade

Área de Estudo/Escola	Idade			Total
	<i>Menos de 20</i>	<i>Entre 20 e 23</i>	<i>Mais de 23</i>	
ECS	5	4	1	10
ECT	4	5	1	10
TOTAL	9	9	2	20

O Quadro 3 mostra-nos que todos os estudantes da ECT frequentam cursos de Licenciatura e que existe maior diversidade nos participantes da ECS em que idêntico número de estudantes frequenta cursos de Licenciatura (4) e Mestrado (5) e um o Doutoramento.

Quadro 3. Curso/Grau Académico

Área de Estudo/Escola	Curso/Grau Académico			Total
	<i>Licenciatura</i>	<i>Mestrado</i>	<i>Doutoramento</i>	
ECS	4	5	1	10
ECT	10	0	0	10
TOTAL	10	0	0	20

O Quadro 4 refere-se à caracterização da amostra segundo a área de residência dos estudantes. Podemos verificar que se distribuem pelas três zonas do país sendo a maioria da zona Centro.

Quadro 4. Residência

Área de Estudo/Escola	Residência			Total
	<i>Norte</i>	<i>Centro</i>	<i>Sul</i>	
ECS	1	4	5	10
ECT	4	5	1	10
TOTAL	5	9	6	20

5.3. Instrumentos e Procedimentos

5.3.1. Instrumentos de recolha de dados

Para recolha de dados optámos pela metodologia de entrevista para o qual construímos um guião. Em primeiro realizámos um estudo exploratório, em que foi aplicado um questionário aberto a três estudantes que não integraram posteriormente a amostra deste estudo, com o objectivo de testar a adequabilidade do mesmo.

Para recolher os dados, procedeu-se ao contacto com os estudantes que se mostravam disponíveis para participar na investigação. Para além do questionamento, o estudo requeria também aceitação “como amigo” no Facebook. Após aceitação, procedia à realização da entrevista que se gravava para posterior transcrição.

Após análise de conteúdo desta informação, foi desenvolvido o guião final composto por vinte e três questões que incidem no que os estudantes pensam acerca do que é a rede social Facebook, como a definem, a que conteúdos esta rede lhes permite aceder, o que lhes proporciona, qual a frequência que acedem à rede e qual o motivo de registo. Procura também saber que funcionalidade tem o Facebook para os jovens estudantes universitários, a opinião acerca da enorme adesão, e contributos da

rede para a população no geral. O Quadro 5 apresenta a estrutura obtida a partir das entrevistas exploratórias iniciais, e se constituiu como o guião final (Anexo 1) utilizado para recolha dos dados.

Quadro 5. Questionário dividido por Temas

Questionário	
Temas	Questões
I - Caracterização do Facebook	1. O que pensas sobre o Facebook? 2. Quais achas que são as funções desta rede? 3. Que tipo de conteúdos consideras importante no Facebook? Porquê?
II - Funcionalidade do Facebook	11. Porque é que achas que tantas pessoas utilizam o Facebook? 12. Que contributos consideras que uma rede deste tipo tem para as pessoas? 22. Para ti, quais os aspectos em que a rede poderia melhorar? Porquê?
III - Utilização do Facebook	4. Há quanto tempo és utilizador do Facebook? 5. Qual o motivo por que te registaste na rede social? 6. Com que frequência acedes ao Facebook? 7. Durante quanto tempo? 8. Diariamente/Semanalmente, quantas vezes? 9. Para que usas o Facebook? 10. Que coisas é que a rede social te permite fazer? 13. Alteraste hábitos depois de te teres tornado utilizador? 18. Quais são, para ti, as vantagens desta rede? Porquê? 19. E as limitações e desvantagens? Porquê? 23. Enquanto estudante a rede social tem algum benefício? Porquê?
IV - Aspectos Sociais	14. Como são os teus hábitos sociais? 15. Costumas estar com os teus amigos com que frequência? 16. Conheces pessoalmente os amigos que tens no Facebook? 17. És utilizador de outras redes sociais? Quais?
V – Privacidade	20. Que tipo de informação deve ser publicada? 21. E que tipo de informação consideras que não deve ser publicada? Porquê?

A informação obtida foi submetida a análise de conteúdo, temática e categorial que deu origem à grelha de análise que se apresenta no Anexo 2.

Num segundo momento, recolhemos a publicação semanal dos estudantes no Facebook e procedemos à sua análise do conteúdo. A publicação dos estudantes foi recolhida em três momentos com a duração de uma semana cada, distribuídas por três meses. A primeira semana de observações decorreu durante 24 de Março a 31 de Março, a segunda semana teve lugar de 24 de Abril a 1 de Maio e, por fim, a última semana de observações foi entre 24 de Maio e 31 de Maio.

A análise temática e categorial foi a metodologia adoptada neste estudo. Através da análise temática e categorial, procedemos ao levantamento e categorização de toda a informação referida pelos sujeitos, procurando dar conta da variedade e riqueza presentes no seu discurso, e procurando, simultaneamente, manter as designações o mais próximas possível da linguagem utilizada, respeitando o mais possível a semântica do seu discurso. Tanto para a denominação dos temas como das categorias mais gerais, procurámos encontrar na literatura termos ou conceitos já identificados e experimentados e que, simultaneamente, se mostrassem capazes de abranger a informação produzida pelos sujeitos que compõem a amostra deste estudo.

A análise das frequências realizou-se em função das unidades de sentido (segmentos de conteúdo consideradas como unidade base) e, a partir deste critério, procedemos à contagem do número de vezes que, em cada tema, cada categoria ou sub-categoria surgiam no discurso dos sujeitos (se o sujeito repetisse a mesma unidade de sentido era apenas considerada uma única vez). A opção pela *análise horizontal que trata cada um dos temas, salientando as diferentes formas sob as quais ele aparece nas pessoas inquiridas* (Ghiglione e Matalon, 1993, p. 245) em detrimento da análise vertical (Ghiglione e Matalon, 1993) sobre cada sujeito separadamente, deveu-se à nossa preocupação central em conhecer, não o funcionamento individual de cada sujeito, mas o funcionamento do conjunto dos sujeitos, identificando traços comuns e diferenças no seu discurso, em função das hipóteses definidas previamente.

A grelha obtida é composta por 5 temas e respectivas categorias e sub-categorias. As designações das categorias e sub-categorias encontram-se definidas utilizando uma linguagem o mais próxima possível da utilizada pelos sujeitos, respeitando o mais possível as suas designações e, seleccionando, em alguns casos, o termo mais abrangente e característico encontrado no conjunto do seu discurso.

Capítulo VI - Descrição e Análise dos Resultados

Para perceber a Função, Interações e Contributos que a Rede Social Facebook tem para os Estudantes Universitários, realizámos um estudo exploratório, uma vez que o objectivo consiste em adoptar um procedimento aberto para comparar textos em situações particulares.

A análise temática e categorial realizou-se a partir da contagem de frequências, ou seja do número de vezes que surgiu um determinado conteúdo ou unidade de contexto. Cada unidade de contexto foi apenas considerada uma vez por cada sujeito, mesmo que esse sujeito a referisse mais que uma vez.

A análise e descrição dos resultados apresenta-se em função dos cinco temas identificados. Optámos pela descrição qualitativa dos resultados em função do discurso produzido pelos sujeitos (temas, categorias e sub-categorias) e pela descrição quantitativa (número/percentagem de frequências) no sentido de compararmos os resultados para o volume de informação produzido pelos estudantes que frequentam cursos da ECT (Escola de Ciência e Tecnologias) e da ECS (Escola de Ciências Sociais). Por facilidade de descrição utilizaremos as siglas ECT e ECS com o significado acima descrito.

Para uma melhor compreensão dos resultados obtidos foi realizada uma síntese no final de cada tema retomada.

No Quadro 6 apresentamos os cinco Temas identificados que englobam a totalidade da informação categorizada a partir do discurso dos sujeitos.

A análise permitiu-nos verificar que o Tema III, *Utilização do Facebook*, comporta o maior volume de informação (42.9%), também ele com um número de questões superior, relativamente aos restantes.

O Tema I, *Caracterização do Facebook*, continha o segundo maior volume de informação (15.7%).

O Tema II, *Funcionalidade do Facebook*, apresentou o terceiro valor (15.3%), e o Tema IV, *Aspectos Sociais* apresentou o quarto valor (14.6%).

O Tema V, *Privacidade*, apresentou o menor valor para o volume de informação (11.5%).

Quadro 6. Temas; ECT/ ECS

Temas						
Temas	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
I. Caracterização do Facebook	65	7.9	65	7.9	130	15.7
II. Funcionalidade do Facebook	61	7.4	66	8	127	15.3
III. Utilização do Facebook	170	20.5	185	22.3	355	42.9
IV. Aspectos Sociais	66	8	55	6.6	121	14.6
V. Privacidade	52	6.3	43	5.2	95	11.5
TOTAL	414	50	414	50	828	100

Podemos também observar que o volume global de informação foi semelhante nos dois grupos de estudantes (50%).

Analisando a informação obtida nos temas, podemos observar que o maior volume de informação ocorre no Tema III, *Utilização do Facebook*, nos dois grupos de estudantes, sendo que esse é o tema que também apresente o maior número de questões, relativamente aos restantes temas. Dentro do tema III, o volume de informação foi mais no grupo de estudantes que frequentam a ECS (22.3%).

O Tema I, *Caracterização do Facebook*, foi o segundo mais referido pelo total dos dois grupos e, neste caso, encontramos um volume de informação semelhante nos estudantes que frequentavam a Escola de Ciências Tecnológicas (7.9%) e a Escola de Ciências Sociais (7.9%).

O Tema II, *Funcionalidade do Facebook*, foi o terceiro mais referido, pelo conjunto dos estudantes e, neste caso, são os estudantes da Escola de Ciências Sociais (8%) os que apresentam maior número de referências.

O Tema IV, *Aspectos Sociais*, foi o quarto mais referido, destacando-se um maior volume de informação por parte dos estudantes da Escola de Ciências Tecnológicas (8%).

O Tema V, *Privacidade* obteve o menor volume de informação no conjunto do total de estudantes, sendo na Escola de Ciências Tecnológicas que apresentaram mais referências neste tema (6.3%).

6.1. ANÁLISE DO TEMA I – Caracterização do Facebook

No Tema I, *Caracterização do Facebook*, foram identificadas quatro categorias, a primeira relativa à *Definição do que é o Facebook*, a segunda relativa às *Funções do Facebook*, a terceira relativa aos *Conteúdos Relevantes no Facebook* e a quarta relativa à *Atitude Avaliativa*.

A análise do Quadro 7 permitiu-nos observar que a categoria dos *Conteúdos Relevantes no Facebook* foi a mais referida pelo conjunto dos estudantes (36.9%), seguida das *Funções do Facebook* (36.2%) e a *Atitude Avaliativa* foi a menos referida (11.5%).

Quadro 7. Tema I – Caracterização do Facebook; ECT/ECS

Tema I – Caracterização do Facebook						
Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
1. Definição do que é o Facebook	11	8.5	9	6.9	20	15.4
2. Funções do Facebook	22	16.9	25	19.2	47	36.2
3. Conteúdos Relevantes no Facebook	25	19.2	23	17.7	48	36.9
4. Atitude Avaliativa	7	5.4	8	6.2	15	11.5
TOTAL	65	50	65	50	130	100

A análise do quadro anterior indicou-nos que os estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias apresentavam um maior volume de informação (19.2%) na categoria *Conteúdos Relevantes no Facebook* e os estudantes da Escola de Ciências Sociais apresentam valores superiores (19.2%) na categoria *Funções do Facebook*.

6.1.1. Análise da categoria 1. Definição do que é o Facebook

A categoria *Definição do que é o Facebook* integra oito sub-categorias, como podemos observar no Quadro 8, que evidenciam as Definições dos estudantes sobre o que é a rede social Facebook, como *Rede de Comunicação e Informação Actualizada*. A definição mais referida foi *Rede de Comunicação* (25%), tendo a definição de *Rede Versátil* obtido o segundo valor (15%). As restantes definições, como *Maior número de membros* e *Rede Útil*, foram os menos referidos (10%). Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências Tecnológicas (55%).

Quadro 8. Categoria 1. Definição do que é o Facebook; ECT/ ECS

Categoria 1. Definição						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
1.1. Rede de Comunicação	4	20	1	5	5	25
1.2. Rede Versátil	2	10	1	5	3	15
1.3. Maior número de membros	1	5	1	5	2	10
1.4. Moda	1	5	1	5	2	10
1.5. Informação actualizada	1	5	1	5	2	10
1.6. Protesto	2	10	0	0	2	10
1.7. Rede Influente	0	0	2	10	2	10
1.8. Rede útil	0	0	2	10	2	10
TOTAL	11	55	9	45	20	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologia na sub-categoria *Rede de Comunicação* (20%), seguido das sub-categorias *Rede Versátil* (10%) e *Protesto* (10%)

As sub-categorias *Rede Influente* (10%) e *Rede Útil* (10%) foram as mais referidas pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais.

As Definições do que é o Facebook, de *Maior número de membros*, *Moda* e *Informação Actualizada* foram referidas, com valores próximos, pelos dois grupos de estudantes (5%).

Exemplos:

Rede de Comunicação

"...Comunicar... Expôr ideias"(S13) (S16) (S17)"

Rede Versátil

"É uma forma de termos acesso a vários tipos de informação" (S5)

Maior número de membros

"Foi a que teve maior número de adesões" (S15)

Moda

"Está bastante na moda" (S16)

Informação actualizada

"...actualizações dos amigos..." (S9)

Protesto

"Começar revoluções, manifestações" (S20)

Rede Influente

"É uma rede influente" (S1)

Rede útil

"Rede social útil" (S2) (S4)

6.1.2. Análise da categoria 2. Funções do Facebook

A categoria *Funções do Facebook* integra duas sub-categorias, a *Função Pessoal* e a *Função Social* que indicam as funções que o Facebook tem para os estudantes. Como podemos verificar no Quadro 9, a Função que ambos os grupos de estudantes mais referiram foi a *Função Social* (72.3%), sendo a *Função Pessoal* a menos referida (27.7%).

O quadro indica também que os estudantes da ECS apresentaram um volume de informação superior (53.2%) aos estudantes de ECT (46.8%)

Quadro 9. Categoria 2. Funções do Facebook; ECT/ECS

Categoria 2. Funções do Facebook						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
2.1. Função Pessoal	6	12.8	7	14.9	13	27.7
2.2. Função Social	16	34.0	18	38.3	34	72.3
TOTAL	22	46.8	25	53.2	47	100

O quadro anterior mostra que *Função Social* foi a sub-categoria mais referenciada pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (38.3%), relativamente aos Estudantes de Ciências Tecnológicas (34%).

Os estudantes da ECS apresentaram também um volume de informação superior (14.9%) na sub-categoria *Função Pessoal*, relativamente aos estudantes da ECT (12.8%).

6.1.2.1. Análise da sub-categoria 2.1. Função Pessoal

A sub-categoria *Função Pessoal* é composta por quatro sub-sub-categorias. O Quadro 10 demonstra que a sub-sub-categoria *Entretenimento/Diversão* (46.2%) foi a mais referenciada, seguida da sub-sub-categoria *Contacto Escrito* (38.4%),

Quadro 10. Sub-categoria 2.1. Função Pessoal; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.1. Função Pessoal						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
2.1.1. Contacto Escrito	2	15.4	3	23.0	5	38.4
2.1.2. Contacto Directo	1	7.7	0	0	1	7.7
2.1.3. Organização Pessoal	1	7.7	0	0	1	7.7
2.1.4. Entretenimento/Diversão	2	15.4	4	30.8	6	46.2
TOTAL	6	46.2	7	53.8	13	100

Os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (53.8%), relativamente aos estudantes de Ciência e Tecnologias (46.2%)

Exemplos:

Contacto Escrito

"...se alguém nos publicou algo no mural... Informação... Notícias, ideias.." (S9)

Contacto Directo

"conversação directa" (S12)

Organização Pessoal

"...agenda..." (S12)

Entretenimento/Diversão

"...essencialmente de entretenimento... Jogar alguns jogos." (S5)

6.1.2.2. Análise da sub-categoria 2.2. Função Social

A sub-categoria 2.2. *Função Social* integra cinco sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 11. Os valores mais elevados são obtidos em *Contacto/Interação entre pessoas* (41.2%) e *Contacto/Interação com amigos* (26.5%). A sub-sub-categoria *Movimentos sociais* foi a que apresentou um menor número de referências (2.9%)

Quadro 11. Sub-Categoria 2.2 Função Social; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.2. Social						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
2.2.1. Contacto/Interação com amigos	6	17.6	3	8.8	9	26.5
2.2.2. Contactos Profissionais	2	5.9	2	5.9	4	11.8
2.2.3. Contacto/Interação entre pessoas	6	17.6	8	23.5	14	41.2
2.2.4. Partilha de informação	2	5.9	4	11.8	6	17.6
2.2.5. Movimentos sociais	0	0	1	2.9	1	2.9
TOTAL	16	47.1	18	52.9	34	100

Exemplos:

Contacto/Interacção com amigos

"Ajuda a reencontrar amigos perdidos no tempo" (S20) (S14) (S15) (S17)

Contactos Profissionais

"Facilitar no trabalho de cada um" (S2)

Contacto/Interacção entre pessoas

"Permite a comunicação com pessoas de todo o mundo" (S20) (S14) (S15) (S17)

Partilha de Informação

"Forma gratuita de partilha de informação que pode ser muito útil" (S10)

Movimentos Sociais

"...criar movimentos a nível mundial..." (S5)

6.1.3. Análise da categoria 3. Conteúdos Relevantes no Facebook

Esta categoria integra três sub-categorias, como podemos observar no Quadro 12. Os Conteúdos mais referidos foram os *Conteúdos de Carácter Social* (62.5%), tendo os *Conteúdos de Carácter Pessoal* obtido o segundo valor mais alto (31.2%). Os *Conteúdos de Carácter Profissional* foram os menos referenciados (6.3%). Os estudantes de Ciência e Tecnologias foram os que apontaram mais referências aos Conteúdos (52.1%).

Quadro 12. Categoria 3. Conteúdos relevantes no Facebook; ECT/ECS

Categoria 3. Conteúdos Relevantes no Facebook						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal	7	14.6	8	16.6	15	31.2
3.2. Conteúdos de Carácter Social	16	33.3	14	29.2	30	62.5
3.3. Conteúdos de Carácter Profissional/Emprego	2	4.2	1	2.1	3	6.3
TOTAL	25	52.1	23	47.9	48	100

Exemplos:

Conteúdos de Carácter Profissional/Emprego

"Conteúdos profissionais, de forma a poder estabelecer contacto com possíveis empregadores" (S11)

6.1.3.1. Análise da sub-categoria 3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal

A sub-categoria, *Conteúdos de Carácter Pessoal* é composta por quatro sub-sub-categorias.

O Quadro 13, demonstra que a sub-sub-categoria *Partilha de Fotografias/Vídeo/Músicas* foi a mais referenciada pelos dos grupos (53.3%). As sub-sub-categorias *Expressar Ideias* (20%) e *Conhecimento/Actualização* (20%) foram as segundas mais referenciadas por ambos os grupos de estudantes.

Perfil (6.7%) foi a sub-sub-categoria menos referenciada.

Os estudantes de Ciências Sociais (53.4%) foram os que apresentaram um volume superior de informação nesta sub-categoria, comparativamente aos estudantes de Ciências e Tecnologias (46.6%.) embora os valores sejam aproximados.

Quadro 13. Sub-Categoria 3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal; ECT/ECS

Sub-Categoria 3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.1.1. Perfil	0	0	1	6.7	1	6.7
3.1.2. Expressar ideias	2	13.3	1	6.7	3	20
3.1.3. Partilha de Fotografias/Vídeos/Músicas	3	20	5	33.3	8	53.3
3.1.4. Conhecimento/Actualização	2	13.3	1	6.7	3	20
TOTAL	7	46.6	8	53.4	15	100

Exemplos:

Perfil

"...perfil adequado à nossa personalidade " (S4)

Expressar ideias

"Ideias nossas, porque existem ideias que são difíceis de dizer entre pessoas e às vezes é melhor escrever do que basicamente dizer" (S13)

Partilha de Fotografias/Vídeos/Músicas

"Publicar vídeos, imagens, músicas" (S7) (S8)

Conhecimento/Actualização

"...permite-nos estar sempre actualizados em vários assuntos e assim enriquecemos o nosso conhecimento e até nos interessamos por coisas que não conhecíamos" (S17)

3.1.3.2. Análise da sub-categoria 3.2. Conteúdos de Carácter Social

A sub-categoria, *Conteúdos de Carácter Social* é composta por quatro sub-sub-categorias, e evidenciam os conteúdos sociais que os estudantes dos dois grupos pensam ser mais relevantes na rede social.

O Quadro 14, demonstra que a sub-sub-categoria *Comunicação/Informação* foi a mais referenciada pelos dois grupos (46.7%). *Eventos/Aniversários/Grupos* é referida em segundo lugar (23.3%) e *Contacto/Interacção com amigos*, em terceiro (20%). A sub-sub-categoria *Lazer/Jogos* foi a menos referenciada pelos dois grupos de estudantes (10%).

Os estudantes da ECT foram os que apresentaram um maior volume de informação (53.3%)

Quadro 14. Sub-Categoria 3.2. Conteúdos de Carácter Social; ECT/ECS

Sub-Categoria 3.2. Conteúdos de Carácter Social						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.2.1. Contacto/Interacção com amigos	3	10	3	10	6	20
3.2.2. Comunicação/Informação	7	23.3	7	23.3	14	46.7
3.2.3. Lazer/Jogos	2	6.7	1	3.3	3	10
3.2.4. Eventos/Aniversários/Grupos	4	13.3	3	10	7	23.3
TOTAL	16	53.3	14	46.6	30	100

Exemplos:

Contacto/Interacção com amigos

"...contacto mais pessoal que podemos ter com os nossos amigos" (S14)

Comunicação/Informação

"partilha de informações, gostos e interesses." (S3) (S10)

Lazer/Jogos

"Alguns jogos são interessantes quanto baste" (S20)

Eventos/Aniversários/Grupos

"A criação de grupos, a divulgação de eventos...divulgação de eventos e aniversários" (S15) (S17) (S18)

6.1.4. Análise da categoria 4. Atitude Avaliativa

A categoria 4. *Atitude Avaliativa* integra duas sub-categorias, como podemos observar no Quadro 15, que evidenciam a avaliação dos estudantes universitários sobre o Facebook.

O quadro demonstra que a sub-categoria *Positiva* (80%) obteve resultados bastante superiores ao da sub-categoria *Negativa* (20%).

Os estudantes de Ciências Sociais demonstram um maior volume de informação (53.33%) comparativamente aos estudantes de Ciências tecnológicas (46.7%).

Quadro 15. Categoria 4. Atitude Avaliativa; ECT/ECS

Categoria 4. Atitude Avaliativa						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
4.1. Positiva	7	46.7	5	33.3	12	80
4.2. Negativa	0	0	3	20	3	20
TOTAL	7	46.7	8	53.3	15	100

Exemplos:**Positiva:**

"...das melhores redes sociais que existe...de fácil compreensão quanto à sua utilização... Fácil de usar por todas as pessoas" (S7)

Negativa:

"...É como uma dependência, um vício... Há pessoas que não conseguem estabelecer limites e colocam tudo no seu mural,.. modo de utilizar o Facebook demasiado intimista, ... as coisas passam a ser todas públicas, não havendo intimidade" (S9)

6.1.5. Síntese dos resultados do Tema I – Caracterização do Facebook

A análise dos resultados obtidos no Tema I – *Caracterização do Facebook*, indicou-nos que os estudantes caracterizam essencialmente o Facebook pelas suas Funções e pelos seus Conteúdos. A análise indicou que os estudantes da Escola de Ciência e Tecnologias foram os que apresentaram mais referências à Definição do que é o Facebook. A rede social é maioritariamente definida como uma Rede de Comunicação e uma Rede Versátil, aspectos que são mais referidos pelos estudantes de Ciência e Tecnologias.

As Funções do Facebook mais referidas foram as Funções Sociais com referências superiores nos estudantes de Ciências Sociais. Neste tipo de funções o Contacto e a Interação com pessoas são os aspectos mais valorizados, sendo o primeiro aspecto mais referido pelos estudantes de Ciências Sociais e o segundo pelos estudantes de Ciência e Tecnologias.

O Entretenimento/Diversão e o Contacto Escrito foram as Funções Pessoais mais referidas pelos estudantes dos dois grupos, sendo mais referido pelos estudantes de Ciências Sociais. A análise indicou também que os Conteúdos mais Relevantes no Facebook são os Conteúdos de Carácter Social onde os estudantes de Ciência e Tecnologias indicaram mais informação. A Comunicação/Informação foi o Conteúdo de Carácter Social mais referido pelos dois grupos de estudantes, e a Partilha de Fotografias/Vídeos/Músicas foi o Conteúdo de Carácter Pessoal mais indicado pelos estudantes de Ciências Sociais.

Os estudantes de Ciências e Tecnologias referiram mais o Conteúdo de Carácter Profissional, em que o aspecto relacionado com o emprego é o mais relevante.

A Atitude Avaliativa apresentou mais referências positivas pelo conjunto dos estudantes. A Atitude Positiva encontra-se mais presente nos estudantes de Ciências e Tecnologias e a Atitude Negativa mais presente nos estudantes de Ciências Sociais.

Estes resultados corroboram com a perspectiva de Gaspar (2004) de que com o aparecimento de meios de comunicação mais evoluídos, a comunicação tornou-se numa forma fácil de comunicação e divulgação do conhecimento, sendo a Internet o meio de comunicação mais emblemático de todos. Vão também de encontro ao estudo de Baek, et al., (2011), que indicam que para além da partilha de informação, os utilizadores do Facebook também utilizam a rede social para colocar conteúdo de entretenimento.

Os resultados também indicaram que o Facebook permite que os estudantes interajam e partilhem os seus interesses com a sua rede de amigos, e esta realidade vai de encontro à perspectiva de Castells (2004) quando refere que a Internet tem um efeito positivo nas interacções, possibilitando o acesso a outros meios de comunicação.

6.2. ANÁLISE DO TEMA II – Funcionalidade do Facebook

O Tema II, *Funcionalidade do Facebook* é composto por três categorias que englobam os aspectos mais relevantes para os estudantes universitários como utilizadores da rede. As categorias identificadas são *Utilizador em geral*, *Contributos em geral* e *Aspectos a melhorar na Rede*.

Quadro 16. Tema II – Funcionalidade do Facebook; ECT/ECS

Tema II – Funcionalidade do Facebook						
Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
1. Utilizador em Geral	19	14.9	31	24.4	50	39.4
2. Contributos em Geral	27	21.3	23	18.1	50	39.4
3. Aspectos a melhorar na Rede	15	11.8	12	9.4	27	21.3
TOTAL	61	48	66	51.9	127	100

O Quadro anterior mostra que existem duas categorias mais referenciadas pelos dois grupos de estudantes que são a categoria *Utilizador em geral* (39.4%) e *Contributos em geral* (39.4%)

Aspectos a melhorar na Rede foi a categoria que obteve o menor número de referências (21.3%).

6.2.1. Análise da categoria 1. Utilizador em Geral

A categoria 1. *Utilizador em geral* é composta por seis sub-categorias que indicam quais as Funcionalidades que os estudantes de ambos os grupos mais utilizam na rede social Facebook.

O Quadro 17 demonstra que o *Impacto Pessoal* foi a sub-categoria que obteve um maior número de referências (36%). A segunda sub-categoria mais referenciada foi *Informação* (22%), e a terceira foi *Moda/Popularidade* (14%).

Os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um maior volume de informação (62%) comparativamente as estudantes de Ciência e Tecnologias (38%).

Quadro 17. Categoria 1. Utilizador em Geral; ECT/ECS

Categoria 1. Utilizador Geral						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
1.1. Interacção/Comunicação	2	4	2	4	4	8
1.2. Informação	5	10	6	12	11	22
1.3. Contactos/conhecimentos	0	0	5	10	5	10
1.4. Pertença a grupos	3	6	2	4	5	10
1.5. Moda/popularidade	5	10	2	4	7	14
1.6. Impacto pessoal	4	8	14	28	18	36
TOTAL	19	38	31	62	50	100

Exemplos:

Interacção/Comunicação

"...maneira rápida de comunicar" (S20)

Contactos/Conhecimentos

"...contactos e relações de forma fácil, estando sentado numa cadeira, atrás de um computador." (S4)

Pertença a Grupos

"Aderem em massa quando existem muitas pessoas em determinados grupos ou redes" (S11)

Moda/Popularidade

"Porque se tornou moda... Todas as pessoas têm sempre uma rede social" (S3) (S6)

Apresenta-se em seguida a análise das sub-categorias nas quais se definiram sub-sub-categorias (sub-categoria 1.2. Informação, sub-categoria 1.6. Impacto Pessoal).

6.2.1.1. Análise da sub-categoria 1.2. Informação

A sub-categoria *Informação* integra três sub-sub-categorias, que apresentam quais as informações que os estudantes procuram e acedem na rede social Facebook.

As informações de *Acesso à Informação/Novidades particulares de pessoas* foram as mais referidas (45.5%). *Acesso à informação/Novidades* foi a segunda mais referida (36.4%) e em terceiro foi *Meio de propagar informação* (18.2%).

O Quadro 18 indica que a sub-categoria *Informações* obteve um volume superior nos estudantes de Ciências Sociais (54.6%), comparativamente aos estudantes de Ciências Tecnológicas (45.4%)

Quadro 18. Sub-Categoria 1.2. Informação; ECT/ECS

Sub-Categoria 1.2. Informação						
Sub-sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECT			
	n	%	n	%		
1.2.1. Acesso à Informação/Novidades	4	36.4	0	0	4	36.4
1.2.2. Acesso à informação/Novidades particulares de pessoas	1	9.0	4	36.4	5	45.5
1.2.3. Meio de propagar informação	0	0	2	18.2	2	18.2
TOTAL	5	45.4	6	54.6	11	100

Exemplos:

Acesso à Informação/Novidades

"...permite aceder a muita informação... As pessoas gostam de estar informadas..." (S13)

Acesso à Informação/Novidades particulares de pessoas

"todas as pessoas querem estar informadas sobre o que se passa com as outras pessoas" (S2)

Meio de propagar informação

"..grande meio de propagar a informação... Cusquices" (S11)

6.2.1.2. Análise da sub-categoria 1.6. Impacto pessoal

A sub-categoria *Impacto Pessoal* é composta por cinco sub-sub-categorias, como indica o Quadro 19, que evidenciam vários aspectos do Facebook que os estudantes universitários indicam como sendo importantes na Rede Social.

Para os estudantes o aspecto mais importante consiste na *Interacção* (50%) e *adição* (16.7)

Os estudantes da ECS apresentaram maior volume de informação nesta sub-categoria (77.7%), relativamente aos estudantes da ECT (22.2%).

Quadro 19. Sub-Categoria 1.6 Impacto pessoal; ECT/ECS

Sub-Categoria 1.6. Impacto pessoal						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
1.6.1. Interacção	3	16.7	6	33.3	9	50.0
1.6.2. Distracção	0	0	2	11.1	2	11.1
1.6.3. Solidão/Refúgio	0	0	2	11.1	2	11.1
1.6.4. Adição	1	5.6	2	11.1	3	16.7
1.6.5. Narcisismo	0	0	2	11.1	2	11.1
TOTAL	4	22.3	14	77.7	18	100

Exemplos:

Interacção

"...maneira rápida de comunicar" (S20)

Distracção

"...forma de passar o tempo...distrárem" (S5) (S9)

Solidão/Refúgio

"...se sentem sozinhas...combater solidão" (S5)

Adição

"...a rede ser um vício" (S12)

Narcisismo

"...admiração de si mesmo...revendo as próprias fotos... Os comentários que lhe são feitos que, porventura possa fazer, e da admiração que julga ter por

parte dos outros, que quem vê as suas fotos e os seus comentários... Segunda personalidade virtual" (S4)

6.2.2. Análise da categoria 2. Contributos em Geral

A segunda categoria *Contributos do Facebook em Geral* engloba cinco sub-categorias e evidencia os Contributos que as Funcionalidades do Facebook que, para os estudantes da Universidade de Évora, são mais importantes.

O Quadro 20 indica que a sub-sub-categoria *Informação* (54%) foi a mais referenciada. A sub-categoria *Aspectos Sociais* (34%) foi a segunda mais referida.

A categoria menos referida foram os contributos de *Poupança de Recursos* (2%) e *Alargar conhecimentos informáticos* (2%).

Os estudantes de Ciências Tecnológicas apresentaram um maior volume de informação (54%) que os estudantes de Ciências Sociais (46%)

Quadro 20. Categoria 2. Contributos em geral; ECT/ECS

Categoria 2. Contributos em geral						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECT			
	n	%	n	%		
2.1. Informação	18	36	9	18	27	54
2.2. Grupos	2	4	2	4	4	8
2.3. Aspectos Sociais	7	14	10	20	17	34
2.4. Poupança de Recursos	0	0	1	2	1	2
2.5. Alargar conhecimentos informáticos	0	0	1	2	1	2
TOTAL	27	54	23	46	50	100

Apresenta-se em seguida a análise das sub-categorias nas quais se definiram sub-sub-categorias (2.1. Informação, sub-categoria 2.2. Grupos e 2.3. Aspectos sociais).

Exemplos:

Alargar conhecimentos informáticos

"...alargar os seus conhecimentos informáticos" (S8)

6.2.2.1. Análise da sub-categoria 2.1. Informação

A sub-categoria 2.1. *Informação* é composta por sete sub-sub-categorias e evidencia os contributos informativos que os estudantes universitários mais procuram no Facebook.

O quadro 21 mostra que os estudantes dão mais importância às *Informações sobre o Mundo* (22.2%) e à *Partilha de informação* (22.2%). A *Informação Geral* (14.8%) e *Informação sobre as pessoas* (14.8%) foram as segundas sub-sub-categorias mais referidas, e as *Informações sobre instituições/Emprego* (7.4%) e as *Discussões temáticas* (7.4%), apresentaram um menor número de referências.

Os estudantes da ECT apresentaram maior número de referências (66.6%), comparativamente aos estudantes da ECS (33.3%).

Quadro 21. Sub-Categoria 2.1. Informação; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.1. Informação						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	N	%		
2.1.1. Informação Geral	2	7.4	2	7.4	4	14.8
2.1.2. Informação sobre as pessoas	3	11.1	1	3.7	4	14.8
2.1.3. Informação sobre o Mundo	3	11.1	3	11.1	6	22.2
2.1.4. Informação sobre instituições/emprego	1	3.7	1	3.7	2	7.4
2.1.5. Informação sobre interesses	2	7.4	1	3.7	3	11.1
2.1.6. Partilha de informação	5	18.5	1	3.7	6	22.2
2.1.7. Discussões temáticas	2	7.4	0	0	2	7.4
TOTAL	18	66.6	9	33.3	27	100

Exemplos:

Informação Geral

"...manteres-te actualizada... A par das últimas notícias" (S9)

Informação sobre as pessoas

"...saber o que os amigos estão a fazer, a pensar" (S19)

Informação sobre o Mundo

"Ficar a par das notícias que andam no mundo inteiro" (S5)

Informação sobre instituições/emprego

"...informações acerca de uma determinada instituição ou empresa" (S14)

Informação sobre interesses

"...informações que nos dá sobre as bandas que gostamos... informação de âmbito pessoal, social e político (S17)

Partilha de Informação

"...podem colocar imagens e vídeos no nosso mural e nós também podemos colocar coisas no mural deles..." (S2)

Discussões Temáticas

"...local de discussão de determinados assuntos, como política, interesses, notícias..." (S11)

6.2.2.2. Análise da sub-categoria 2.2. Grupos

A sub-categoria 2.2. *Grupos* é composta por duas sub-sub-categorias e evidencia as actividades de Grupo nas Funcionalidade do Facebook.

O Quadro 22 demonstra que as *Notificações e Divulgação de Grupos/Eventos* (75%) são as características referidas como sendo as mais relevantes. *Associar Grupos/Pessoas* foi a sub-sub-categoria menos referenciada (25%).

Os estudantes da ECT e da ECS apresentaram idêntico valor (50%).

Quadro 22. Sub-Categoria 2.2. Grupos; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.2 Grupos						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	N	%		
2.2.1. Associar Grupos/Pessoas	1	25	0	0	1	25
2.2.2. Notificações e Divulgação de Grupos/Eventos	1	25	2	50	3	75
TOTAL	2	50	2	50	4	100

Exemplos:

Associar Grupos/Pessoas

"Associar a vários grupos ou pessoas conhecidas" (S14)

Notificações e Divulgação de Grupos/Eventos

"...divulgação de informação sobre eventos e organizações... Fácil acesso a essa informação" (S10)

6.2.2.3. Análise da sub-categoria 2.3. Aspectos Sociais

A sub-categoria 2.3 *Aspectos Sociais* é composta por quatro sub-sub-categorias e refere-se a Aspectos Sociais

O Quadro 23 indica um maior número de referências no *Reencontro/Aproximar pessoas* (64.7%). A sub-sub-categoria *Companhia/Interacção* (23.53%) foi a segunda mais referida.

As sub-sub-categorias *Comentar com pessoas do Mundo* (5.9%) e *Conhecer pessoas novas* (5.9%), obtiverem um menor número de referências dos estudantes.

O quadro ainda demonstra que os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume superior de informação (58.9%) comparativamente aos estudantes de Ciência e Tecnologias (41.2%).

Quadro 23. Sub-Categoria 2.3. Aspectos Sociais; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.3 Aspectos Sociais						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
2.3.1. Comentar com pessoas do Mundo	1	5.9	0	0	1	5.9
2.3.2. Conhecer pessoas novas	0	0	1	5.9	1	5.9
2.3.3. Reencontro/Aproximar pessoas	5	29.4	6	35.3	11	64.7
2.3.4. Companhia/Interacção	1	5.9	3	17.7	4	23.5
TOTAL	7	41.2	10	58.8	17	100

Exemplos:

Comentar com pessoas do Mundo

"Comentar informações com pessoas de todo o mundo" (S15)

Conhecer pessoas novas

"Conhecer pessoas novas" (S6)

Reencontro/Aproximar pessoas

"encontro e/ou reencontro entre pessoas... Pessoas que já não mantínhamos contacto há muitos anos, e manter e até fortalecer esse contacto" (S6) (S9)

Companhia/Interacção

"...fazer companhia a quem se sente mais só" (S12)

6.2.3. Análise da categoria 3. Aspectos a melhorar na Rede

A Categoria 3. *Aspectos a melhorar na Rede* integra doze sub-categorias e evidencia as funcionalidades que os estudantes gostariam de ver melhoradas na rede social Facebook.

O Quadro 24 indica que as questões de *Privacidade* são as que mais preocupam os estudantes (29.6%), seguidas da *Segurança* (7.4%), *Utilização de Conteúdos* (7.4%), *Idade de Registo* (7.4%) e *Aplicações/Notificações* (7.4%).

Os aspectos que obtiveram um menor número de referências foram a *Rapidez de Serviço* (3.7%), *Diminuição de Bloqueios* (3.7%), *Visualização de Conteúdo* (3.7%), *Bloqueio de Utilizadores* (3.7%), *Denúncias* (3.7%) e *Definições* (3.7%).

A sub-categoria *Nada a Melhorar* foi a segunda mais referenciada (18.5%).

O Quadro mostra também que os estudantes da ECT apresentam volume de informação superior (55.5%) aos estudantes de ECS (44.4%).

Quadro 24. Categoria 3. Aspectos a melhorar na Rede; ECT/ECS

Categoria 3. Aspectos a Melhorar na Rede						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
3.1. Rapidez de serviço	1	3.7	0	0	1	3.7
3.2. Diminuição de “Bloqueios”	1	3.7	0	0	1	3.7
3.3. Privacidade	7	25.9	1	3.7	8	29.6
3.4. Segurança	1	3.7	1	3.7	2	7.4
3.5. Visualização de Conteúdo	1	3.7	0	0	1	3.7
3.6. Utilização de Conteúdos	0	0	2	7.4	2	7.4
3.7. Bloqueio de utilizadores	0	0	1	3.7	1	3.7
3.8. Idade de Registo	0	0	2	7.4	2	7.4
3.9. Aplicações/Notificações	2	7.4	0	0	2	7.4
3.10. Denúncias	0	0	1	3.7	1	3.7
3.11. Definições	0	0	1	3.7	1	3.7
3.12. Nada a melhorar	2	7.4	3	11.1	5	18.5
TOTAL	15	55.6	12	44.4	27	100

Exemplos:**Rapidez de serviço***"Não ser tão lenta..." (S11)***Diminuição de “bloqueios”***"...costuma bloquear por vezes" (S11)***Privacidade***"A privacidade, para nos sentirmos mais seguros..." (S1)***Segurança***"Colocar informações com mais segurança" (S12)***Visualização de Conteúdo***"... Todos os teus amigos poderem ver o que publicas no mural do outros" (S20)***Utilização de Conteúdos***"deixar de taggar as fotos dos outros,, nem sempre ficamos bem ou queremos que determinada fotografia nossa esteja online" (S8)*

Bloqueio de utilizadores

"bloqueio definitivo.. Muitos utilizadores não gostam." (S3)

Idade de Registo

"Limitar a idade dos utilizadores (S7)

Aplicações/Notificações

"...podia eliminar alguns jogos e notificações, porque se torna aborrecido" (S17)

Denúncias

"Prestar mais atenção às páginas que são denunciadas para poder criar-se uma rede social mais segura." (S7)

Definições

"Voltar ao perfil inicial e permitir que coloquemos mais de uma foto de cada vez nos álbum" (S5)

Nada a melhorar

"Está bem como está" (S20)

6.2.4. Síntese dos resultados do Tema II - Funcionalidade do Facebook

A análise dos resultados obtidos no Tema II – *Funcionalidade do Facebook* indicou-nos que os estudantes apresentam mais funcionalidades para o Utilizador em Geral sendo este aspecto mais indicado pelos estudantes de Ciências Sociais. Por sua vez os estudantes de Ciência e Tecnologias referem mais os Contributos do Facebook no Geral.

Para o Utilizador em geral os estudantes evidenciaram a Informação e o Impacto Pessoal. O Impacto Pessoal surge com maior número de referências pelos estudantes de Ciências Sociais.

Contributos em Geral surge com mais referências pelos estudantes de Ciência e Tecnologias. As categorias mais referidas foram a Informação, essencialmente a Informação sobre o Mundo, indicado pelos dois grupos de estudantes, e a Partilha de Informação mais referida pelos estudantes de Ciência e Tecnologias.

Os dois grupos de estudantes indicaram também a funcionalidade Grupos como sendo um contributo importante na rede social, onde os aspectos mais indicados foram as Notificações e Divulgação de Grupos/Eventos, neste caso pelos estudantes de Ciências Sociais.

Os estudantes de Ciências Sociais foram os que mais referiram os Aspectos Sociais como sendo um contributo. O Reencontro/Aproximar pessoas e a Companhia/Interacção foram os aspectos mais referidos. Os estudantes de Ciências e Tecnologias indicaram a Privacidade como sendo um dos aspectos a melhorar na Rede, enquanto os estudantes de Ciências Sociais, na sua maioria, referem não haver nada a melhorar.

Os resultados indicaram que os estudantes também utilizam a rede social para comunicar com pessoas que se encontram distantes, o que vai de encontro ao estudo desenvolvido pela LINI (2010), onde os inquiridos referiam que utilizavam as redes sociais para manter contacto com pessoas que estão longe.

Estes resultados também corroboram da perspectiva de Howard, et al., (2001, citados por Castells, 2004) ao referirem que a comunicação na Internet promove as relações sociais e proporciona o aumento da nossa rede de amigos.

6.3. ANÁLISE DO TEMA III – Utilização do Facebook

No Tema III, *Utilização do Facebook* foram identificadas oito categorias, como *Registo no Facebook*, *Frequência de Acesso*, *Vantagens da Rede* e *Benefícios Académicos*. O Tema III demonstra a utilização que os estudantes apresentam na rede social Facebook.

Quadro 25. Tema III – Utilização do Facebook; ECT/ECS

Tema III – Utilização do Facebook						
Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
1. Registo no Facebook	10	2.8	10	2.8	20	5.6
2. Motivo de Registo	13	3.6	15	4.2	28	7.8
3. Frequência Acesso na Utilização	41	11.5	41	11.5	82	23
4. Motivo de Utilização	23	6.5	22	6.2	45	12.7
5. Potencial da Rede	24	6.7	40	11.3	64	18
6. Vantagens da Rede	26	7.3	27	7.6	53	14.9
7. Desvantagens da Rede	13	3.6	17	4.8	30	8.4
8. Benefícios Académicos	20	5.6	13	3.6	33	9.2
TOTAL	170	47.6	185	52	355	100

A análise ao Quadro 25 permitiu-nos observar que a categoria da *Frequência de Acesso na Utilização* foi a mais referida pelos dois grupos de estudantes (23%). A categoria *Potencial da Rede* foi a segunda mais referida (18%), e em terceiro foram as *Vantagens da Rede* (14.9%).

Benefícios Académicos (9.2%) e *Registo no Facebook* (5.6%) foram as categorias menos referidas.

Os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (52%) aos de Ciência e Tecnologias (47.6%)

6.3.1. Análise da categoria 1. Registo no Facebook

A categoria *Registo no Facebook* é composta por cinco sub-categorias e evidencia o tempo em que os estudantes de ambos os grupos, se encontram registados na rede social Facebook.

A análise ao Quadro 26 demonstra que a maioria dos estudantes estão registados no Facebook há *Menos de um ano* (25%) e *Um ano* (25%).

Os estudantes referem em segundo lugar o registo há *Um ano e meio* (20%) e *Dois anos* (20%).

A análise ao Quadro 26 indica também que a sub-categoria *há Mais de dois anos*, foi a menos referida (10%).

Quadro 26. Categoria 1. Registo no Facebook; ECT/ECS

Categoria 1. Registo no Facebook						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
1.1. Menos de um ano	2	10	3	15	5	25
1.2. Um ano	3	15	2	10	5	25
1.3. Um ano e meio	2	10	2	10	4	20
1.4. Dois anos	2	10	2	10	4	20
1.5. Mais de dois anos	1	5	1	5	2	10
TOTAL	10	50	10	50	20	100

A análise ao Quadro 26 indica que os estudantes da Escola de Ciências Sociais apontam um maior volume de informações no registo há *Menos de um ano*

(15%), enquanto que os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentam um número de referências superior no registo há *Um ano* (15%).

Um ano e meio e *Dois anos* apresentou um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (10%).

A sub-categoria menos referenciada, *Mais de dois anos* apresenta também volumes de informação com valores próximos entre os estudantes de Ciências Sociais e os estudantes de Ciências e Tecnologia (5%).

Exemplos:

Menos de um ano

"...cinco meses..." (S12)

Um ano

"...um ano" (S7) (S10)

Um ano e meio

"Cerca de um ano e meio" (S14) (S19)

Dois anos

"...dois anos" (S4) (S5)

Mais de dois anos

"...dois anos e meio" (S1)

6.3.2. Análise da categoria 2. Motivo de Registo

A segunda categoria da Utilização do Facebook, designa-se *Motivo de Registo*, é composta por quatro sub-categorias e indica os motivos que levaram os estudantes dos dois grupos a registarem-se na Rede Social Facebook.

A análise ao Quadro 27 demonstra que a maioria dos estudantes se registou na rede por *Motivos Sociais* (60.7%), e por *Motivos Pessoais* (32.1%).

Os *Motivos Profissionais* obtiveram menos referências (3.6%), assim como a sub-categoria *Sem motivo* (3.6%).

Quadro 27. Categoria 2. Motivo de Registo; ECT/ECS

Categoria 2. Motivo de Registo						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
2.1. Motivos Pessoais	3	10.7	6	21.4	9	32.1
2.2. Motivos Sociais	8	28.6	9	32.1	17	60.7
2.3. Motivos Profissionais	1	3.6	0	0	1	3.6
2.4. Sem motivo	1	3.6	0	0	1	3.6
TOTAL	13	46.5	15	53.5	28	100

O quadro mostra ainda que os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (53.5%) relativamente aos estudantes de Ciência e Tecnologias (46.5%).

Exemplos:

Motivos Profissionais

"...ofertas de trabalho" (S12)

Sem motivo

"Sem motivo nenhum especial" (S3)

6.3.2.1. Análise da sub-categoria 2.1. Motivos Pessoais

A sub-categoria da *Motivos Pessoais*, integra três sub-sub-categorias e indica os motivos pessoais que levaram os estudantes dos dois grupos a registarem-se na Rede Social Facebook.

A análise ao Quadro 28 demonstra que a maioria dos estudantes se registou na rede por *Curiosidade* (55.5%).

O *Lazer/Diversão* obteve menos referências (22.2%), assim como a sub-sub-categoria *Novidades/Informação* (22.2%).

O Quadro 28 demonstra ainda que os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (66.6%) relativamente aos estudantes de Ciências e Tecnologia (33.3%).

Quadro 28. Sub-Categoria 2.1. Motivos Pessoais; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.1. Motivos Pessoais						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
2.1.1. Curiosidade	1	11.1	4	44.4	5	55.5
2.1.2. Lazer/Diversão	2	22.2	0	0	2	22.2
2.1.3. Novidades/Informação	0	0	2	22.2	2	22.2
TOTAL	3	33.3	6	66.6	9	100

A análise ao Quadro 28 demonstra ainda que os *Motivos Pessoais* que mais levam os estudantes a registarem-se no Facebook são a *Curiosidade*, onde os estudantes de Ciências Sociais apresentam um maior volume de informações (44.4%).

Lazer/Distração são motivos referidos apenas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias (22.2%).

Os estudantes de Ciências Sociais são os únicos que apresentam referências nas *Novidades/Informação* (22.2%).

Exemplos:

Curiosidade

"Curiosidade por ser uma nova rede social..." (S3) (S4) (S6)(S8)

Lazer/Diversão

"...devido a um jogo chamado farmville" (S14) (S19)

Novidades/Informação

"...facilidade no acesso a informação pertinente sobre eventos e organizações" (S10)

6.3.2.2. Análise da sub-categoria 2.2. Motivos Sociais

A sub-categoria *Motivos Sociais* é composta por três sub-sub-categorias, e indica os motivos sociais que levaram os estudantes dos dois grupos a registarem-se na Rede Social Facebook.

A análise ao Quadro 29 demonstra que os *Motivos Sociais* mais evidentes, para que os estudantes se registassem na rede social, foram a *Influência de terceiros* (70.6%), e o *Contacto com amigos distantes* (23.6%).

Encontrar novos Amigos foi o motivo social menos referido por ambos os grupos de estudantes (5.9%).

O quadro 29 demonstra ainda que os estudantes de ECS apresentaram um volume de informação superior (53%) relativamente aos estudantes de ECT (47%).

Quadro 29. Sub-Categoria 2.2. Motivos Sociais; ECT/ECS

Categoria 2.2. Motivos Sociais						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
2.2.1. Encontrar novos Amigos	0	0	1	5.8	1	5.8
2.2.2. Contacto com amigos distantes	2	11.7	2	11.7	4	22.8
2.2.3. Influência de terceiros	6	35.3	6	35.3	12	70.6
TOTAL	8	47	9	53	17	100

A análise ao quadro 29 demonstra ainda que os *Influência de Terceiros* foi o motivo mais indicado pelos estudantes para se registam no Facebook onde os estudantes de Ciências Sociais apresentam um maior volume de informações (36.3%). O *Contacto com amigos distantes* apresenta um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (11.8%).

Os estudantes de Ciências e Tecnologias são os únicos que apresentam referências na sub-sub-categoria *Encontrar novos Amigos* (5.9%).

Exemplos:

Encontrar novos Amigos

"...estabelecer amizade com os novos amigos..." (S1)

Contacto com amigos distantes

"...contacto com amigos que estão fora da minha área actual de residência" (S11)

Influência de terceiros

"Todos os amigos tinham... Incentivo para criar também" (S2) (S3) (S6) (S7) (S10)

6.3.3. Análise da categoria 3. Frequência de Acesso na Utilização

A terceira categoria designa-se *Frequência de Acesso na Utilização*, é composta por quatro sub-categorias, e demonstra a Frequência de Acesso na Utilização que os estudantes dos dois grupos conferem à rede social Facebook.

A análise ao quadro 30 demonstra que o *Tempo de Acesso* é a sub-categoria mais referida (26.8%), seguida da *Frequência de Acesso* (25.6%) e *Alteração de Hábitos* (24.4%).

Regularidade de Acesso foi a sub-categoria menos referida (23.2%)

O quadro demonstra ainda que os estudantes de ECS e os estudantes da ECT, apresentam um volume de informação com valores próximos nesta categoria (50%).

Quadro 30. Categoria 3. Frequência de Acesso na Utilização; ECT/ECS

Categoria 3. Frequência de Acesso na Utilização						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.1. Frequência de Acesso	11	13.4	10	12.2	21	25.6
3.2. Regularidade de Acesso	10	12.2	9	11	19	23.2
3.3. Tempo de Acesso	10	12.2	12	14.6	22	26.8
3.4. Alteração de Hábitos	10	12.2	10	12.2	20	24.4
TOTAL	41	50	41	50	82	100

O quadro 30 demonstra também que o número de referências está bastante distribuído pelas quatro sub-categorias, sendo mais referenciado o *Tempo de Acesso* pelos estudantes de Ciências Sociais (14.6%). Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentam um volume de informação superior na *Frequência de Acesso* (13.4%) e na *Regularidade de Acesso* (12.2%).

A sub-categoria *Alteração de Hábitos* apresenta um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (12.2%)

6.3.3.1. Análise da sub-categoria 3.1. Frequência de Acesso

A sub-categoria *Frequência de Acesso* integra três sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 31, e evidencia a Frequência com que os estudantes de ambos os grupos acedem ao Facebook.

A Frequência mais referida é *Diariamente* (66.8%), tendo a frequência de *Algumas vezes* obtido o segundo valor (19%).

As frequências menos referidas foram *Raramente* (9.5%) e *Semanalmente/Quinzenalmente* (4.7%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (52.3%).

Quadro 31. Sub-categoria 3.1. Frequência de Acesso; ECT/ECS

Sub-Categoria 3.1. Frequência de Acesso						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.1.1. Diariamente	5	23.8	9	42.8	14	66.8
3.1.2. Algumas vezes	4	19	0	0	4	19
3.1.3. Semanalmente/Quinzenalmente	0	0	1	4.7	1	4.7
3.1.4. Raramente	2	9.5	0	0	2	9.5
TOTAL	11	52.3	10	47.5	21	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Diariamente* (42.8%).

A sub-sub-categorias *Algumas vezes* foi a mais referida pelos estudantes da Escola de Ciências Tecnológicas (19%), assim como a sub-sub-categoria *raramente* (9.5%). A frequência *Semanalmente/Quinzenalmente* obteve um maior volume de informação dos estudantes de Ciências Sociais (4.7%).

Exemplos:

Diariamente

"Diariamente" (S11)(S17)(S18)(S19)(S20)

Algumas vezes

"Algumas vezes" (S13)(S14)(S16)

Semanalmente/Quinzenalmente

"Semanalmente ou quinzenalmente" (S4)

Raramente

"Raramente" (S12)(S16)

6.3.3.2. Análise da sub-categoria 3.2. Regularidade de Acesso

A sub-categoria *Regularidade de Acesso* integra duas sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 32, e demonstra a regularidade com que os estudantes de ambos os grupos acedem ao Facebook.

A regularidade mais referida é *Muitas vezes* (89.5%), tendo a sub-sub-categoria de *Algumas vezes* obtido o segundo valor (10.4%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (52.6%)

Quadro 32. Sub-categoria 3.2. Regularidade de Acesso; ECT/ECS

Categoria 3.2. Regularidade de Acesso						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.2.1. Muitas vezes	9	47.4	8	42.1	17	89.5
3.2.2. Algumas vezes	1	5.2	1	5.2	2	10.4
TOTAL	10	52.6	9	47.3	19	100

O quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-sub-categoria *Muitas Vezes* (47.4%).

A sub-sub-categorias *Algumas vezes* obteve um número de referências com valores próximos nos dois grupos de estudantes (5.2%)

Exemplos:

Muitas vezes

"...uma ou duas vezes por dia, todos os dias" (S7)

Algumas vezes

"Duas vezes por semana" (S12)

6.3.3.3. Análise da sub-categoria 3.3. Tempo de Acesso

A sub-categoria *Tempo de Acesso* integra cinco sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 33, e demonstra a tempo que os estudantes de ambos os grupos passam no Facebook, diariamente.

A análise do Quadro 34 indica que os tempos mais referidos são *Até meia hora* (27.3%), *Até duas horas* (27.3%), e *Tempo variável* (27.3%).

A sub-sub-categoria de *Até uma hora* (13.6%) foi a segunda mais referida. O tempo menos referido foi *Mais que duas horas* (4.5%).

O Quadro demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (54.5%).

Quadro 33. Sub-categoria 3.3. Tempo de Acesso; ECT/ECS

Sub-Categoria 3.3. Tempo de Acesso						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.3.1. Até meia hora	1	4.5	5	22.7	6	27.3
3.3.2. Até uma hora	3	13.6	0	0	3	13.6
3.3.3. Até duas horas	3	13.6	3	13.6	6	27.3
3.3.4. Mais que duas horas	0	0	1	4.5	1	4.5
3.3.5. Tempo Variável	3	13.6	3	13.6	6	27.3
TOTAL	10	45.5	12	54.5	22	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Até meia hora* (22.7%).

Até uma hora e *Tempo variável* apresentaram referências com valores próximos nos dois grupos de estudantes (13.6%).

A sub-sub-categorias *Até uma hora* obteve um número de referências superior nos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (13.6%).

E *Mais que duas horas* apresentou um volume de informação superior nos estudantes de Ciências Sociais (4.5%).

Exemplos:

Até meia hora

"...cinco minutos a meia hora..." (S3)

Até uma hora

"Uma hora" (S15)(S16)

Até duas horas

"Uma ou duas horas" (S10)

Mais que duas horas

"...três a quatro horas por dia" (S5)

Tempo Variável

"Depende, muitas vezes estou ligada mas não estou realmente a ter atenção ao que se está a passar." (S11)

6.3.3.4. Análise da sub-categoria 3.4. Alteração de Hábitos

A sub-categoria *Alteração de Hábitos* integra duas sub-sub-categorias, que evidenciam se os hábitos dos estudantes foram, ou não, alterados pela utilização do Facebook.

A análise do Quadro 34 indica que a maioria dos estudantes (90%) não alterou os hábitos. A sub-sub-categoria *Alterou* foi a que obteve um menor número de referências (10%).

O Quadro 34 demonstra também que os estudantes da Escola de Ciências Sociais e Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de referências com valores próximos (50%).

Quadro 34. Sub-Categoria 3.4. Alteração de Hábitos; ECT/ECS

Sub-Categoria 3.4. Alteração de Hábitos						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
3.4.1. Alterou	1	5	1	5	2	10
3.4.2. Não Alterou	9	45	9	45	18	90
TOTAL	10	50	10	50	20	100

Não Alterou apresentou valores idênticos nos dois grupos de estudantes (45%).

Alterou foi a sub-sub-categoria menos referenciada, e os estudantes de ambos os grupos também apresentaram um volume de informação com valores próximos (5%).

Exemplos:

Alterou

"Sim, passo mais tempo na Internet" (S19)

Não Alterou

"...não mudei as minhas rotinas por causa do facebook" (S5)

6.3.4. Análise da categoria 4. Motivo de Utilização

A categoria *Motivo de Utilização* integra seis sub-categorias, como podemos observar no Quadro 35, que evidenciam os Motivos pelos quais os estudantes utilizam o Facebook. O motivo mais referido são os *Contactos* (46.5%).

Visualização de Informação é o segundo motivo mais referido (24.4%), e *Jogar/Diversão* é o terceiro (15.4%).

Os motivos menos referidos foram *Socializar* (2.2%) e *Passar o tempo* (2.2%)

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (51.1%).

Quadro 35. Categoria 4. Motivo de Utilização; ECT/ECS

Categoria 4. Motivo da Utilização						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
4.1. Contactos	11	24.4	10	22.2	21	46.6
4.2. Socializar	1	2.2	0	0	1	2.2
4.3. Partilhar Conteúdos	2	4.4	2	4.4	4	8.9
4.4. Visualização de Informação	5	11.1	6	13.3	11	24.4
4.5. Jogar/Diversão	4	8.9	3	6.7	7	15.5
4.6. Passar o tempo	0	0	1	2.2	1	2.2
TOTAL	23	51.1	22	48.9	45	100

O quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (24.4%) na sub-categoria *Contactos*. Na sub-categoria *Visualização de Informação*, os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (13.3%)

A sub-categoria *Socializar* obteve referências apenas dos estudantes de Ciências e Tecnologias (2.2%) e *Passar o Tempo* foi apenas referida pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (2.2%).

Exemplos:

Socializar

"Socializar sem sair de casa" (S15)

Partilhar Conteúdos

"...enviar músicas e vídeos para amigos e publicar coisas no mural" (S7)

Visualização de Informação

"...ver informações interessantes" (S12)

Jogar/Diversão

"Jogar" (S2)

Passar o tempo

"...para passar o tempo" (S3)

6.3.4.1. Análise da sub-categoria 4.1. Contactos

A sub-categoria *Contactos* integra quatro sub-categorias, como podemos observar no Quadro 36, que evidenciam os Contactos que os estudantes procuram na Utilização do Facebook.

Os contactos mais referidos são os *Amigos* (80.9%), seguido dos *Colegas* (9.5%). Os contactos menos referidos foram *Professores* (4.7%) e *Novos Contactos* (4.7%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (52.4%).

Quadro 36. Sub-Categoria 4.1. Contactos; ECT/ECS

Sub-Categoria 4.1. Contactos						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
4.1.1. Amigos	9	42.8	8	38.1	17	80.9
4.1.2. Colegas	0	0	2	9.5	2	9.5
4.1.3. Professores	1	4.7	0	0	1	4.7
4.1.4. Novos Contactos	1	4.7	0	0	1	4.7
TOTAL	11	52.4	10	47.6	21	100

O quadro 36, indica ainda que o maior volume de informação foi produzido na sub-sub-categoria *Amigos*, pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (42.8%). Na sub-sub-categoria *Colegas*, os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior (9.5%)

As sub-sub-categoria *Professores* (4.7%), e *Novos Contactos* (4.7%) foram referidas apenas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Exemplos:

Amigos

"...manter em contacto com amigos" (S1)(S3)(S4)(S10)

Colegas

"...comunicar com colegas" (S10)

Professores

"...professores..." (S11)

Novos Contactos

"...conhecer pessoas novas" (S14)

6.3.5. Análise da categoria 5. Potencial da Rede

A quinta categoria *Potencial da Rede* integra três sub-categorias, como podemos observar no Quadro 37, que evidenciam o Potencial que a rede social Facebook tem na utilização dos estudantes na rede social.

A sub-categoria *Potencialidade Social* obteve o maior volume de informação (43.7%), seguida da *Potencialidade Pessoal* (40.6%).

Potencialidades de Lazer foram as menos referidas pelos dois grupos de estudantes (15.6%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (62.5%).

Quadro 37. Categoria 5. Potencial da Rede; ECT/ECS

Categoria 5. Potencial Rede						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
5.1. Potencialidade Pessoal	11	17.2	15	23.4	26	40.6
5.2. Potencialidade Social	11	17.2	17	26.5	28	43.7
5.3. Potencialidades de Lazer	2	3.1	8	12.5	10	15.6
TOTAL	24	37.5	40	62.5	64	100

A análise do Quadro 37 ainda indicou que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais, nas sub-categorias *Potencialidade Social* (26.5%), *Potencialidade Pessoal* (23.4%) e *Potencialidades de Lazer* (12.5%).

6.3.5.1. Análise da sub-categoria 5.1. Potencialidade Pessoal

A sub-categoria *Potencialidade Pessoal* integra três sub-sub-categorias que evidenciam as potencialidades pessoais que os estudantes encontram na sua utilização do Facebook.

A análise do Quadro 38 demonstra que *Acesso/Partilha de Informação* é a potencialidade pessoal mais referida (53.8%). A sub-sub-categoria *Postar fotografias* foi a segunda mais referida (30.8%), e *Postar vídeos/músicas* foi a terceira (15.4%).

Os estudantes da Escola de Ciências Sociais foram os que apresentaram um volume de informação superior (57.7%)

Quadro 38. Sub-categoria 5.1. Potencialidade Pessoal; ECT/ECS

Sub-Categoria 5.1. Potencialidade Pessoal						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
5.1.1. Postar fotografias	3	11.5	5	19.2	8	30.8
5.1.2. Postar vídeos/músicas	2	7.7	2	7.7	4	15.4
5.1.3. Acesso/Partilha de informação	6	23.1	8	30.8	14	53.8
TOTAL	11	42.3	15	57.7	26	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais, na sub-sub-categoria *Acesso/Partilha de Informação* (30.8%).

A sub-sub-categorias *Postar fotografias* foi a mais referida pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (19.2%).

A potencialidade *Postar vídeos/músicas* obteve um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (7.7%).

Exemplos:

Postar fotografias

"*Postar fotografias...*" (S11)

Postar vídeos/músicas

"*...vídeos, músicas*" (S20)

Acesso/Partilha de informação

"*...notícias, ficar a par de alguns acontecimentos...*" (S5)

6.3.5.2. Análise da sub-categoria 5.2. Potencialidade Social

A sub-categoria *Potencialidade Social* integra seis sub-sub-categorias que evidenciam as potencialidades sociais que os estudantes encontram na sua utilização do Facebook.

A análise do Quadro 39 demonstra que as potencialidades sociais com um maior número de referências são *Falar com amigos* (25%) e *Socializar* (25%).

A sub-sub-categoria menos referenciada foi *Criação de Grupos/Eventos* (7.1%).

O Quadro 39 demonstra que os estudantes de Ciências Sociais indicaram um volume de informação superior (60.7%).

Quadro 39. Sub-categoria 5.2. Potencialidade Social; ECT/ECS

Sub-Categoria 5.2. Potencialidade Social						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
5.2.1. Falar com amigos	5	17.9	2	7.1	7	25
5.2.2. Reencontrar pessoas	2	7.1	2	7.1	4	14.3
5.2.3. Conhecer pessoas novas	1	3.6	3	10.7	4	14.3
5.2.4. Socializar	2	7.1	5	17.9	7	25
5.2.5. Discutir/Comentar Informação	1	3.6	3	10.7	4	14.3
5.2.6. Criação de Grupos/Eventos	0	0	2	7.1	2	7.1
TOTAL	11	39.3	17	60.7	28	100

O Quadro 39 indica ainda que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (17.9%) na sub-sub-categoria *Falar com amigos*, e pelos estudantes de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Socializar* (17.9%).

As sub-sub-categorias *Conhecer pessoas novas* (10.7%), *Discutir/Comentar informação* (10.7%) e *Criação de Grupos/Eventos* (7.1%) foram as mais referidas pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais.

Exemplos:

Falar com amigos

"...falar com amigos" (S14)(S17)(S18)(S19)(S20)

Reencontrar pessoas

"Reencontrar pessoas..." (S12)(S15)

Conhecer pessoas novas

"...ver e conhecer pessoas novas" (S3)(S4)(S8)

Socializar

"Socializar..." (S14)(S16)

Discutir/Comentar Informação

"Discutir assuntos...comentar fotos..." (S15)

Criação de Grupos/Eventos

"...criar e participar em grupos restritos, criar eventos... Convidar pessoas para participarem" (S7)

6.3.5.3. Análise da sub-categoria 5.3. Potencialidades de Lazer

A sub-categoria *Potencialidades de Lazer* é composta por três sub-sub-categorias que evidenciam as potencialidades de lazer e distração que os estudantes encontram na sua utilização do Facebook.

A análise do Quadro 40 demonstra que a potencialidade de lazer com um maior número de referências é *Jogar* (80%),

Aplicações (10%) e *Distrações* (10%) foram as sub-sub-categorias menos referenciadas pelos dois grupos de estudantes.

O Quadro 40 demonstra que os estudantes de Ciências Sociais indicaram um volume de informação superior (80%).

Quadro 40. Sub-categoria 5.3. Potencialidades de Lazer; ECT/ECS

Sub-Categoria 5.3. Potencialidades de Lazer						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
5.3.1. Jogar	2	20	6	60	8	80
5.3.2. Aplicações	0	0	1	10	1	10
5.3.3. Distrações	0	0	1	10	1	10
TOTAL	2	20	8	80	10	100

A análise do quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais, na sub-sub-categoria *Jogar* (60%)

As sub-sub-categorias *Aplicações* (10%) e *Distrações* (10%) apenas obtiverem um volume de informação dos estudantes de Ciências Sociais.

Exemplos:

Jogar

"Jogar..." (S1)(S2)(S3)(S4)(S6)(S7)

Aplicações

"...aceder a inúmeras aplicações" (S7)

Distracções

"...distrair..." (S9)

6.3.6. Análise da categoria 6. Vantagens da Rede

A sexta categoria denomina-se *Vantagens da Rede*, é composta por quatro sub-categorias que evidenciam as vantagens que a rede social tem para os estudantes.

O Quadro 41 demonstra que as *Vantagens Sociais* são as que apresentam um número de referências superior (45.9%).

Conteúdo (28.3%) foi a segunda sub-categoria mais referida, e *Características* (20.7%) foi a terceira mais indicada.

A vantagem menos referida foi *Possibilidade de encontrar Emprego* (5.7%).

O Quadro 41 demonstra que os estudantes de Ciências Sociais indicaram um ligeiro superior volume de informação (50.9%).

Quadro 41. Categoria 6. Vantagens da Rede; ECT/ECS

Categoria 6. Vantagens da Rede						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
6.1. Vantagens Sociais	13	24.5	11	20.7	24	45.9
6.2. Possibilidade de Encontrar Emprego	2	3.8	1	1.9	3	5.7
6.3. Conteúdo	7	13.2	8	15.1	15	28.3
6.4. Características	4	7.5	7	13.2	11	20.7
TOTAL	26	49.1	27	50.9	53	100

O Quadro 41 indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (24.5%) na sub-categoria *Vantagens Sociais*.

Os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior nas vantagens do *Conteúdo* (15.1%) e *Características* (13.2%)

A sub-categoria menos referenciada, *Possibilidade de encontrar Emprego*, apresentou um número de referências superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias (3.8%).

Exemplos:

Possibilidades de Encontrar Emprego

"...possibilidade de encontrar emprego através de informações partilhadas"
(S12)

6.3.6.1. Análise da sub-categoria 6.1. Vantagens Sociais

A categoria *Vantagens Sociais*, é composta por quatro sub-sub-categorias que evidenciam as vantagens sociais que a rede social tem para os estudantes.

A análise ao Quadro 42 demonstra que as vantagens *Conhecer pessoas/Socializar* (29.2%) são as vantagens sociais que apresentam um número de referências superior.

Facilidade de encontrar pessoas (25%) e *Facilitador de Comunicação* (25%) foram as segundas sub-sub-categorias mais referidas.

A vantagem social menos referida foi *Facilidade de Contacto com pessoas* (20.8%).

O Quadro 42 demonstra que os estudantes de Ciências e Tecnologias indicaram um superior volume de informação (54.1%), comparativamente aos estudantes de Ciências Sociais (45.9%)

Quadro 42. Sub-Categoria 6.1. Vantagens Sociais; ECT/ECS

Sub-Categoria 6.1. Vantagens Sociais						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
6.1.1. Facilidade de Contacto com pessoas	5	20.8	0	0	5	20.8
6.1.2. Facilidade de Encontrar pessoas	2	8.3	4	16.7	6	25
6.1.3. Conhecer pessoas/Socializar	4	16.7	3	12.5	7	29.8
6.1.4. Facilitador de Comunicação	2	8.3	4	16.7	6	25
TOTAL	13	54.1	11	45.9	24	100

O quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-sub-categoria *Facilidade de Contacto com pessoas* (20.8%).

Os estudantes de Ciências Sociais, apresentaram um volume de informação superior nas vantagens sociais de *Facilidade de encontrar pessoas* (16.7%) e *Facilitador de Comunicação* (16.7%)

A sub-sub-categoria, *Conhecer pessoas/Socializar*, apresentou um número de referências superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias (16.7%).

Exemplos:

Facilidade de Contacto com pessoas

"A maioria das pessoas que conheço são aderentes... É muito mais fácil de contactá-las." (S11)

Facilidade de Encontrar pessoas

"...facilidade em encontrar pessoas que não sabemos delas há muito tempo" (S12)

Conhecer pessoas/Socializar

"...estabelecimento de contactos... Falar com pessoas de qualquer parte do mundo" (S5)

Facilitador de Comunicação

"Fácil agente de comunicação... Substitui um simples telefonema ou sms." (S1)

6.3.6.2. Análise da sub-categoria 6.3. Conteúdo

A sub-categoria *Conteúdo*, é composta por três sub-sub-categorias, que evidenciam os conteúdos que são mais vantajosos para os estudantes na rede social.

O Quadro 43 indica que a *Partilha de Conteúdos* (53.3%) são as vantagens do conteúdo que apresentam um maior número de referências.

Acesso à Informação (40%) é a segunda sub-sub-categoria mais referida.

O conteúdo menos referido foi *Discussão de Assuntos* (6.7%)

Os estudantes de Ciências Sociais indicaram um superior volume de informação (53.3%), comparativamente aos estudantes de Ciências Tecnológicas (46.7%).

Quadro 43. Sub-Categoria 6.3. Conteúdo; ECT/ECS

Sub-Categoria 6.3. Conteúdo						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
6.3.1. Acesso à Informação	3	20	3	20	6	40
6.3.2. Partilha de conteúdos	3	20	5	33.3	8	53.3
6.3.3. Discussão de assuntos	1	6.7	0	0	1	6.7
TOTAL	7	46.7	8	53.3	15	100

O quadro 43, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais, na sub-sub-categoria *Partilha de Conteúdos* (33.3%).

Os estudantes de Ciências Sociais e os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informação com valores próximos no *Acesso à Informação* (20%).

A sub-sub-categoria, *Discussão de Assuntos*, obteve apenas um volume de informação nos estudantes de Ciências e Tecnologias (6.7%)

Exemplos:

Acesso à Informação

"Fácil acesso a qualquer tipo de informação." (S2)

Partilha de Conteúdos

"...enviar e publicar vídeos e músicas e imagens, comentar, fotografias (S7)

Discussão de Assuntos

"...discussão e organizarmo-nos em prol de determinado acontecimento." (S15)

6.3.6.3. Análise da sub-categoria 6.4. Características

A sub-categoria *Características*, é composta por quatro sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 44, e demonstra as características do Facebook que trazem mais vantagens para os estudantes dos dois grupos.

A característica mais referida foi a *Versatilidade* (45.4%) e as sub-sub-categorias *Número elevado de utilizadores* (18.2%), *Fácil Acesso* (18.2%) e *Entretenimento/Ocupação de Tempo* (18.2%), obtiveram o mesmo número de referências.

O Quadro 44 demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (63.6%)

Quadro 44. Sub-categoria 6.4. Características; ECT/ECS

Sub-Categoria 6.4. Características						
Sub-sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
6.4.1. Número elevado de utilizadores	1	9.1	1	9.1	2	18.2
6.4.2. Fácil Acesso	2	18.2	0	0	2	18.2
6.4.3. Versatilidade	1	9.1	4	36.3	5	45.4
6.4.4. Entretenimento/Ocupação de Tempo	0	0	2	18.2	2	18.2
TOTAL	4	36.3	7	63.6	11	100

O Quadro 44, indica ainda que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Versatilidade* (36.3%).

Número elevado de utilizadores apresentou um número de referências com valores próximos nos dois grupos de estudantes (9.1%).

A sub-sub-categorias *Fácil Acesso* obteve um número de referências superior nos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (18.2%).

E *Entretenimento/Ocupação de tempo* apresentou um volume de informação superior nos estudantes de Ciências Sociais (18.2%).

Exemplos:

Número elevado de utilizadores

"Ter mais utilizadores" (S14)

Fácil Acesso

"...fácil acesso... Página muito bem estruturada a vários níveis" (S20)

Versatilidade

"...versatilidade de funções..." (S5)

Entretenimento/Ocupação de Tempo

"...ocupação do tempo livre..." (S3)

6.3.7. Análise da categoria 7. Desvantagens da Rede

A sétima categoria, *Desvantagens da Rede*, é composta por quatro sub-categorias, como podemos observar no Quadro 45, e demonstra as Desvantagens que os estudantes encontram na rede social Facebook.

A desvantagem mais referida é a *Falta de Segurança* (63.3%).

A desvantagem *Má Utilização* (20%) foi a segunda mais referida, e *Características* (13.3%) foi a terceira.

Sem Desvantagens apresentou o menor número de referências (3.3%)

O Quadro demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais (56.7%).

Quadro 45. Categoria 7. Desvantagens da Rede; ECT/ECS

Categoria 7. Desvantagens da Rede						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
7.1. Falta de Segurança	11	36.7	8	26.7	19	63.3
7.2. Má Utilização	1	3.3	5	16.7	6	20
7.3. Características	1	3.3	3	10	4	13.3
7.4. Sem Desvantagens	0	0	1	3.3	1	3.3
TOTAL	13	43.3	17	56.7	30	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-sub-categoria *Falta de Segurança* (36.7%).

Má Utilização (16.7%) e *Características* (10%) apresentaram um número de referências superior nos estudantes de Ciências Sociais.

A sub-sub-categorias *Sem Desvantagens* obteve apenas um volume de informação dos estudantes de Ciências Sociais (3.3%).

Exemplos:

Sem Desvantagens

"Não vejo assim nenhuma. Gosto muito do Facebook assim." (S9)

6.3.7.1. Análise da sub-categoria 7.1. Falta de Segurança

A sub-categoria, *Falta de Segurança*, é composta por três sub-sub-categorias, e evidencia as questões onde a Segurança é uma desvantagem na rede social para os estudantes na rede social Facebook.

A Falta de Segurança mais referida é a *Falta de Privacidade* (47.4%).

Intrusão aos dados pessoais (36.8%) foi a segunda mais referida, e *Sem limite de idade do utilizador* (15.8%) foi a terceira.

O Quadro 46 demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (57.9%)

Quadro 46. Sub-Categoria 7.1. Falta de Segurança; ECT/ECS

Sub-Categoria 7.1. Falta de Segurança						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
7.1.1. Falta de Privacidade	5	26.3	4	21.1	9	47.4
7.1.2. Sem limite de idade do utilizador	2	10.5	1	5.2	3	15.8
7.1.3. Intrusão aos dados pessoais	4	21.1	3	15.8	7	36.8
TOTAL	11	57.9	8	42.1	19	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-sub-categoria *Falta de Privacidade* (26.3%).

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram também um volume de informação superior nas sub-sub-categorias *Intrusão aos dados pessoais* (21.1%) e *Sem Limite Idade do Utilizador* (10.5%).

Exemplos:

Falta de Privacidade

"...privacidade, devia ser bastante mais restrito" (S11)(S12)

Sem limite de idade do utilizador

"...menores de idade poderem ter perfil... Perigo de teres contacto com pessoas menos bem intencionadas." (S18)

Intrusão aos dados pessoais

"Os nossos dados e fotografias podem ser utilizados por pessoas que não conhecemos para coisas que não sabemos." (S13)(S15)(S16)(S20)

6.3.7.2. Análise da sub-categoria 7.2. Má Utilização

A sub-categoria *Má Utilização* integra duas sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 47, que evidenciam os aspectos da má utilização do Facebook, que são uma desvantagem da rede social para os estudantes dos dois grupos. *Passar mais tempo na rede* (83.4%) é o aspecto da má utilização mais referido, seguido do *Exibicionismo* (16.7%)

Notou-se um valor de referências muito superior nos estudantes da Escola de Ciências Sociais (83.4%).

Quadro 47. Sub-Categoria 7.2. Má Utilização; ECT/ECS

Sub-Categoria 7.2. Utilização						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
7.2.1. Passar mais tempo na rede	1	16.7	4	66.7	5	83.4
7.2.2. Exibicionismo	0	0	1	16.7	1	16.7
TOTAL	1	16.7	5	83.4	6	100

O quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Passar mais tempo na rede* (66.7%)

Exibicionismo obteve apenas um volume de informação dos estudantes de Ciências Sociais (16.7%).

Exemplos:

Passar mais tempo na rede

"...ficar-se viciado..perder a noção das horas que se está ho computador e na Internet, alterar as nossas rotinas... perder o emprego..." (S5)(S9)(S10)

Exibicionismo

"...exibicionismo da vida privada..." (S10)

6.3.7.3. Análise da sub-categoria 7.3. Características

A sub-categoria *Características* integra quatro sub-sub-categorias, como demonstra o Quadro 48, que evidenciam as características do Facebook que são uma desvantagem da rede social para os estudantes dos dois grupos.

O Quadro 48 demonstra que *Identificação de fotografias* (25%), *Ausência de 'não gosto'* (25%), *Rede lenta* (25%) e *Rede a melhorar* (25%) obtiveram um número de referências idênticas dos estudantes dos dois grupos.

Notou-se um valor de referências muito superior nos estudantes da Escola de Ciências Sociais (75%).

Quadro 48. Sub-Categoria 7.4. Características; ECT/ECS

Categoria 7.3. Características						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
7.3.1. Identificação de fotografias	0	0	1	25	1	25
7.3.2. Ausência de "não gosto"	1	25	0	0	1	25
7.3.3. Rede lenta	0	0	1	25	1	25
7.3.4. Rede a melhorar	0	0	1	25	1	25
TOTAL	1	25	3	75	4	100

A análise ao Quadro 48, indica que os estudantes da Escola de Ciências Sociais, apresentaram um maior volume de informação nas sub-sub-categorias *Identificação de Fotografias* (25%), *Rede lenta* (25%) e *Rede a Melhorar* (25%).

Ausência do 'Não Gosto' foi a característica com um volume de informação superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias (25%).

Exemplos:

Identificação de fotografias

"...identificação das fotos... Fotos onde estamos... Pões lá o nosso nome... Não queremos...nem queremos aquela foto na rede social." (S6)

Ausência de 'não gosto'

"Não ter o 'não gosto'... Posso não gostar de algo." (S17)

Rede lenta

"...Aumento do número de utilizadores ficou mais lento" (S7)

Rede a melhorar

"...rede ainda estar a melhorar... Certas actualizações não são as melhores." (S3)

6.3.8. Análise da categoria 8. Benefícios Académicos

A oitava categoria designada *Benefícios Académicos*, é composta por duas sub-categorias, e indica se a rede social tem ou não benefícios para os estudantes na sua vida académica.

O quadro 49 indica que a maioria dos estudantes refere que o Facebook *Tem Benefícios Académicos* (90.9%). *Não tem Benefícios Académicos* foi a sub-categoria menos referida (9.1%).

O Quadro 49 demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (60.6%)

Quadro 49. Categoria 8. Benefícios Académicos; ECT/ECS

Categoria 8. Benefícios Académicos						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
8.1. Tem Benefícios Académicos	18	54.5	12	36.4	30	90.9
8.2. Não tem Benefícios Académicos	2	6.1	1	3	3	9.1
TOTAL	20	60.6	13	39.4	33	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (54.5%) na sub-categoria *Tem Benefícios Académicos*.

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram também um volume de informação superior na sub-categoria *Não tem Benefícios Académicos* (6.1%).

Exemplos:

Não tem Benefícios Académicos

"...também se perde muito tempo lá em vez de se estar a estudar" (S18)(S20)

6.3.8.1. Análise da sub-categoria 8.1. Tem Benefícios Académicos

A sub-categoria *Tem Benefícios Académicos*, é composta por nove sub-sub-categorias, e indica quais os benefícios académicos que a rede social Facebook tem para os estudantes.

O quadro 50 demonstra que a maioria dos estudantes refere que como benefícios académicos, as *Informação no Geral* (23.3%) e *Informações entre colegas* (23.3%).

Informações sobre a Universidade foi a segunda sub-sub-categoria mais referida (13.3%), e *Informações sobre o curso* (10%), *Informações com professores* (10%) e *Possibilidade de Estágio e Emprego* (10%) foram as terceiras mais referidas.

Os benefícios académicos com um menor número de informação são *União entre estudantes* (3.3%), *Contacto com antigos colegas* (3.3%) e *Contacto com semelhantes* (3.3%)

O Quadro 50 demonstra também um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (60%)

Quadro 50. Sub-Categoria 8.1. Tem Benefícios Académicos; ECT/ECS

Sub-Categoria 8.1. Tem Benefícios Académicos						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
8.1.1. Informações sobre o curso	2	6.7	1	3.3	3	10
8.1.2. Informações sobre a Universidade	3	10	1	3.3	4	13.3
8.1.3. Informação no Geral	3	10	4	13.3	7	23.3
8.1.4. Informações entre colegas	4	13.3	3	10	7	23.3
8.1.5. Informações com professores	2	6.7	1	3.3	3	10
8.1.6. Possibilidades de Estágio e Emprego	2	6.7	1	3.3	3	10
8.1.7. União entre estudantes	1	3.3	0	0	1	3.3
8.1.8. Contacto com antigos colegas	1	3.3	0	0	1	3.3
8.1.9. Contacto com semelhantes	0	0	1	3.3	1	3.3
TOTAL	18	60	12	40	30	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação, foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-sub-categoria *Informação no Geral* (13.3%) e pelos estudantes de Ciências Tecnológicas nos benefícios da *Informação entre colegas* (13.3%).

Unões entre estudantes (3.3%) e Contacto com antigos colegas (3.3%) apresentaram um volume de informação apenas dos estudantes de Ciências e Tecnologias. E os estudantes de Ciências Sociais foram os únicos a indicar referências na sub-sub-categoria *Contacto com semelhantes (3.3%)*.

Exemplos:

Informações sobre o curso

"...ver coisas de interesse relacionadas com o meu curso..." (S13)(S18)

Informações sobre a Universidade

"... Eventos que são feitos pela Universidade... Informações úteis como horários de atendimento de determinados departamentos" (S17)(S18)(S20)

Informação no Geral

"...facilita a comunicação quando nenhum dos outros meios estão disponíveis," (S6)(S9)

Informações entre Colegas

"...falar com o pessoal da turma rapidamente...partilhar informações da aula ou tirar dúvidas" (S19)

Informações com professores

"...contactar com professor... Expôr dúvidas..." (S7)

Possibilidades de Estágio e Emprego

"... Possibilidade de contactos para estágios ou empregos." (S12)(S13)

União entre estudantes

"...união entre estudantes..." (S15)

Contacto com antigos colegas

"... Maior contacto com amigos nossos do tempo da escola básica" (S14)

Contacto com semelhantes

"...conhecer pessoas com os mesmos interesses... Produtivos para o trabalho." (S4)

6.3.9. Síntese dos resultados do Tema III – Utilização do Facebook

A análise dos resultados obtidos no Tema III – *Utilização do Facebook* indicou-nos que os estudantes estão registados no Facebook Há Menos de um Ano, com mais indicações dos estudantes de Ciências Sociais, e Um Ano, mais referido pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

A maior parte dos estudantes registaram-se por Motivos Sociais, onde a Influência de Terceiros e o Contacto com amigos distantes foram predominantes para ambos os grupos de estudantes.

A Curiosidade foi também um dos motivos para que os estudantes se registassem no Facebook, sendo mais referido pelos estudantes de Ciências Sociais. Os estudantes de Ciências e Tecnologias indicaram mais o motivo de Lazer/Diversão.

A maioria dos estudantes frequenta Diariamente a rede social Facebook, referido em número superior pelos estudantes de Ciências Sociais.

A maioria dos estudantes, número de referências superior dos estudantes de Ciências e Tecnologias, indicou que acede ao Facebook Muitas Vezes.

Os estudantes de Ciências Sociais indicaram que passam Até meia hora no Facebook, e os estudantes de Ciências e Tecnologias, indicaram que passam Até uma hora na rede social.

A maioria dos estudantes dos dois grupos, indica que Não Alterou os seus hábitos com a utilização do Facebook.

A análise indicou que os estudantes utilizam essencialmente o Facebook para Contactos.

Dentro dos Contactos, a maioria dos estudantes refere o Contacto com Amigos como o principal motivo da utilização. Os estudantes de Ciências e Tecnologias foram os que indicaram mais referências para o Contacto com Amigos. Por sua vez os estudantes de Ciências Sociais indicaram as únicas referências ao Contacto com Colegas.

Relativamente ao Potencial da Rede, foram mais indicadas as Potencialidades Sociais e Potencialidades Pessoais, tendo um maior número de referências dos estudantes de Ciências Sociais.

As Potencialidades Sociais mais referidas foram o Falar com Amigos, mais indicado pelos estudantes de Ciências e Tecnologias, e Socializar, tendo um número de referências superior nos estudantes de Ciências Sociais.

Acesso/Partilha de Informação e Postar Fotografias foram as Potencialidades Sociais mais indicadas, tendo sido mais referidas pelos estudantes de Ciências Sociais.

A maioria dos estudantes referiu Jogar como sendo a mais evidente potencialidade de Lazer da rede social. Os estudantes de Ciências Sociais foram os que indicaram mais referências para Jogar que os estudantes de Ciências e Tecnologias.

As Vantagens Sociais foram as vantagens da rede social mais referidas. A análise indicou que os estudantes da Escola de Ciências Sociais foram os que apresentaram mais referências às vantagens da rede social, do que os estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias. No entanto as Vantagens Sociais foram mais referidas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Dentro das Vantagens Sociais, a mais referida foi Conhecer pessoas/Socializar, mais indicada pelos estudantes de Ciências e Tecnologias. A Facilidade de Contacto com pessoas obteve o valor mais alto de referências dos estudantes de Ciências e Tecnologias, não apresentando qualquer indicação dos estudantes do outro grupo.

Relativamente ao Conteúdo, os estudantes no geral indicaram a Partilha de conteúdos/Informação, mais referido pelos estudantes de Ciências Sociais, como uma das vantagens do Facebook. O Acesso à Informação foi também uma vantagem, indicada pelos dois grupos de estudantes com referências semelhantes.

A Versatilidade do Facebook foi apontada, na sua maioria pelos estudantes de Ciências Sociais, como a maior vantagem nas características da rede social.

Os estudantes indicam a Falta de Segurança como a principal desvantagem do Facebook, e a análise indicou que os estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias foram os que apresentaram mais referências à Falta de Segurança, do que os estudantes da Escola de Ciências Sociais.

A Falta de Segurança mais referida foi a Falta de Privacidade e a Intrusão aos dados pessoais, onde os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um maior número de referências.

A Má Utilização da rede foi também uma desvantagem indicada, tendo como principal razão o facto de os estudantes passarem mais tempo na rede social. Este aspecto foi mais referido pelos estudantes de Ciências Sociais.

Os estudantes de Ciências Sociais, indicaram como desvantagens das características da rede social a Identificação de Fotografias, a Rede Lenta e uma Rede a Melhorar. Por sua vez, a Ausência de um botão 'não gosto' foi a referida pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Quanto aos Benefícios Académicos, a análise indicou-nos que os estudantes, no geral, afirmam que a rede social Facebook tem Benefícios Académicos. Os estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias foram os que apresentaram mais referências aos Benefícios Académicos, do que os estudantes da Escola de Ciências Sociais.

Os Benefícios Académicos mais indicados são a Informação no Geral, mais indicado pelos estudantes de Ciências Sociais, e a Troca de Informação com Colegas, referido em valor superior pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

A literatura também indica que os estudantes passam um espaço de tempo significativo a utilizar o Facebook, nomeadamente para mensagens, chat, amigos, links, notícias e fotografias (Bicen e Cavus, 2011). O recente estudo de Grosseck, et al., (2011), também demonstrou que os estudantes universitários utilizam o Facebook para estar, entre outros, em contacto com amigos e família e partilhar fotografias. Kirkpatrick (2011) indica também que a afixação de fotografias é uma das actividades mais realizadas, assim como os variados jogos que cativam uma grande parte de utilizadores na rede social Facebook.

No entanto e à semelhança da perspectiva de Kirkpatrick (2011), os nossos resultados também indicaram que esta rede social é uma nova forma essencial de comunicação, pois conduz a novos efeitos interpessoais e sociais que são fundamentais, ou seja, o Facebook põe as pessoas em contacto umas com as outras.

A nível académico, o estudo de Grosseck, et al. (2011), indica ainda que os conteúdos académicos são os menos procurados no Facebook, e o estudo de Junco, R., (2011) revela que a utilização do Facebook tem uma associação negativa com o *engagement* do aluno. Os nossos resultados corroboram com o estudo de Grosseck, et al., (2011), uma vez que os estudantes não evidenciaram um número de referências significativo para os aspectos académicos, O estudo de Hew, K. (2011), que apresentou uma metodologia semelhante ao nosso presente estudo, também indicou que o Facebook tem poucas utilizações com fins educativos, utilizando-o os estudantes essencialmente para manter contacto com pessoas conhecidas e divulgar informações acerca de si.

6.4. ANÁLISE DO TEMA IV – Aspectos Sociais

O Tema IV, designa-se *Aspectos Sociais*, é composto por quatro categorias, como *Hábitos Sociais* e *Amigos no Facebook*. O Tema IV demonstra os aspectos sociais que definem os dois grupos de estudantes da Escola de Ciências Sociais e da Escola de Ciências e Tecnologias.

No Quadro 51 podemos verificar que a categoria mais referenciada são os *Hábitos Sociais* (46.3%). A categoria *Utilização de outras redes sociais* foi a segunda mais referida (19%), e em terceiro foram os *Amigos no Facebook* (18.1%).

Frequência de Contacto Directo (16.5%) foi a categoria menos referenciada.

A análise ao Quadro 51, demonstra ainda que os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informação superior (54.5%) que os estudantes de Ciências Sociais (45.4%).

Quadro 51. Tema IV – Aspectos Sociais; ECT/ECS

Tema 4 – Aspectos Sociais						
Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
1. Hábitos Sociais	32	26.4	24	19.8	56	46.3
2. Frequência de Contacto Directo	10	8.2	10	8.2	20	16.3
3. Amigos no Facebook	11	9.1	11	9.1	22	18.9
4. Utilização de outras redes sociais	13	10.7	10	8.2	23	19
TOTAL	66	54.5	55	45.4	121	100

O quadro anterior demonstra que a categoria mais referenciada, *Hábitos Sociais*, obteve um número de referências superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias (26.4%).

A segunda categoria mais referida, *Utilização de outras redes sociais*, obteve um volume de informação superior dos estudantes de Ciências e Tecnologias (10.7%).

A categoria menos referenciada, *Frequência de Contacto Directo* apresentou um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (8.2%)

6.4.1. Análise da categoria 1. Hábitos Sociais

A categoria *Hábitos Sociais* integra seis sub-categorias, como podemos observar no Quadro 52, que evidenciam os hábitos sociais que fazem parte do quotidiano dos estudantes dos dois grupos

A análise ao Quadro 52 indica que os hábitos sociais mais referidos foram *Actividades Exteriores* (51.8%), tendo a sub-categoria de *Convívio* obtido o segundo valor mais elevado (32.1%).

O hábito social menos referido foi *Fazer vida normal* (1.8%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (57.1%), relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (42.9%)

Quadro 52. Categoria 1. Hábitos Sociais; ECT/ECS

Categoria 1. Hábitos Sociais						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	N	%		
1.1. Convívio	11	19.6	7	12.5	18	32.1
1.2. Actividades Exteriores	16	28.6	13	23.2	29	51.8
1.3. Entretenimento	2	3.6	2	3.6	4	7.1
1.4. Actividades Gerais	2	3.6	0	0	2	3.6
1.5. Conversar no Facebook	1	1.8	1	1.8	2	3.6
1.6. Fazer vida normal	0	0	1	1.8	1	1.8
TOTAL	32	57.1	24	42.9	56	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-categoria *Actividades exteriores* (28.6%), e na sub-categoria *Convívio* (19.6%).

Fazer vida normal foi a sub-categoria menos referida, obtendo apenas um volume de informação dos estudantes de Ciências Sociais (1.8%).

Exemplos:

Actividades Gerais

Fazemos as mais variadas actividades em conjunto." (S20)

Conversar no Facebook

"...falo com alguns amigos" (S10)

Fazer vida normal

"...faço a vida normal." (S2)

6.4.1.1. Análise da sub-categoria 1.1. Convívio

A sub-categoria *Convívio* é composta por cinco sub-sub-categorias, que evidenciam os aspectos do Convívio, que fazem parte dos hábitos sociais dos estudantes da escola de Ciências Sociais e da Escola de Ciências e Tecnologias.

O Quadro 53 indica que as sub-sub-categorias mais referidas foram *Convívio directo* (33.3%) e *Estar com amigos* (33.3%).

Conversar foi referido em segundo lugar (22.2%).

As sub-sub-categorias menos referidas foram *Integrar* (5.5%) e *Ir à Casa de Amigos* (5.5%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (61.1%), relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (38.9%)

Quadro 53. Sub-Categoria 1.1. Convívio; ECT/ECS

Sub-Categoria 1.1. Convívio						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	N	%		
1.1.1. Convívio directo	3	16.7	3	16.7	6	33.3
1.1.2. Estar com amigos	4	22.2	2	11.1	6	33.3
1.1.3. Conversar	3	16.7	1	5.5	4	22.2
1.1.4. Integrar	1	5.5	0	0	1	5.5
1.1.5. Ir à casa de amigos	0	0	1	5.5	1	5.5
TOTAL	11	61.1	7	38.9	18	100

A análise ao Quadro 53 indica ainda que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-sub-categoria *Estar com amigos* (22.2%) e *Conversar* (16.7%).

A sub-categoria *Convívio directo* obteve um volume de informação com valores próximos nos dois grupos de estudantes (16.7%).

Integrar foi uma das sub-sub-categorias menos referidas, onde o único número de referências foi produzida pelos estudantes de Ciências e Tecnologias (5.5%).

Os estudantes de Ciências Sociais apresentaram o volume de informação da sub-categoria *Ir a casa de amigos* (5.5%).

Exemplos:

Convívio Directo

"...estar e contactar com as pessoas pessoalmente." (S4)

Estar com amigos

"... Estar com os amigos..." (S12)(S13)(S18)(S20)

Conversar

"...ter uma boa conversa" (S9)

Integrar

"...tentar integrar-me..." (S11)

Ir à casa de Amigos

"...fins de semana em casa de amigos." (S3)

6.4.1.2. Análise da sub-categoria 1.2. Actividades Exteriores

A sub-categoria *Actividades Exteriores* integra seis sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 54, que evidenciam as actividades que os estudantes desenvolvem no exterior, nos seus hábitos sociais.

A actividade exterior mais referida é *Sair* (48.3%), tendo *Ir ao Café* obtido o segundo valor (24.1%) e *Ir às aulas/Estudar* (13.8%) foi o terceiro mais referido.

As sub-sub-categorias menos referidas foram *Ir à Discoteca* (3.4%) e *Passear* (3.4%).

O Quadro 54 ainda indica que os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentam um volume de informação superior (55.1%) relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (44.8%).

Quadro 54. Sub-Categoria 1.2. Actividades Exteriores; ECT/ECS

Sub-Categoria 1.2. Actividades Exteriores						
Sub-sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
1.2.1. Sair	7	24.1	7	24.1	14	48.3
1.2.2. Ir ao Café	4	13.8	3	10.3	7	24.1
1.2.3. Ir ao Cinema	2	6.9	0	0	2	6.9
1.2.4. Ir à Discoteca	1	3.4	0	0	1	3.4
1.2.5. Passear	1	3.4	0	0	1	3.4
1.2.6. Ir às aulas/Estudar	1	3.4	3	10.3	4	13.8
TOTAL	16	55.1	13	44.8	29	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido na sub-sub-categoria *Sair*, com valores próximos dos ECT e ECS (24.1%).

As sub-sub-categorias menos referidas, *Ir à Discoteca* (3.4%) e *Passear* (3.4%) apresentaram apenas um volume de informação superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Exemplos:

Sair

"...saio com os amigos..." (S14)(S16)(S17)(S20)

Ir ao Café

"...vou ao café..." (S2)(S3)(S5)

Ir ao Cinema

"...vou ao cinema..." (S16)(S17)

Ir à Discoteca

"...à discoteca..." (S17)

Passear

"...passeio..." (S16)

Ir às aulas/Estudar

"...vou às aulas... Estudo" (S7)

6.4.1.3. Análise da sub-categoria 1.3. Entretenimento

A sub-categoria *Entretenimento* integra quatro sub-sub-categorias, como podemos observar no Quadro 55, que evidenciam o entretenimento que faz parte dos hábitos sociais dos estudantes de Ciências e Tecnologias e Ciências Sociais.

O Quadro indica que *Divertir* (25%), *Ver Futebol* (25%), *Ver Televisão* (25%) e *Ouvir Música* (25%) obtiveram número de referências com valores próximos, nos dois grupos de estudantes.

Os estudantes de Ciências Sociais (50%) e os estudantes de Ciências e Tecnologias (50%) indicaram um volume de informação com valores próximos na sub-categoria *Entretenimento*.

Quadro 55. Sub-Categoria 1.3. Entretenimento; ECT/ECS

Sub-Categoria 1.3. Entretenimento						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
1.3.1. Divertir	1	25	0	0	1	25
1.3.2. Ver Futebol	1	25	0	0	1	25
1.3.3. Ver Televisão	0	0	1	25	1	25
1.3.4. Ouvir Música	0	0	1	25	1	25
TOTAL	2	50	2	50	4	100

A análise ao quadro anterior, indica que os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informação superior nas sub-sub-categorias *Divertir* (25%) e *Ver Futebol* (25%).

Ver Televisão (25%) e *Ouvir Música* (25%) obteve apenas referências dos estudantes de Ciências Sociais.

Exemplos:

Divertir

"...divertimo-nos." (S18)

Ver Futebol

"...vejo futebol com eles..." (S18)

Ver Televisão

"...vejo televisão" (S5)

Ouvir Música

"...ouço música..." (S5)

6.4.2. Análise à categoria 2. Frequência de Contacto Directo

A segunda categoria *Frequência de Contacto Directo*, integra quatro sub-categorias, como podemos observar no Quadro 56, que evidenciam a frequência com que os estudantes mantêm contacto directo com as outras pessoas.

Diariamente (75%), foi a frequência mais referida pelos dois grupos de estudantes, e *Sempre que possível* foi a segunda mais indicada (15%).

As sub-categorias menos referidas foram *Muita frequência* (5%) e *Alguma frequência* (5%).

O Quadro 56 indica ainda que os estudantes de Ciências e Tecnologias (50%) e os Estudantes de Ciências Sociais (50%) apresentam um volume de informação com valores próximos na categoria *Frequência de Contacto Directo*.

Quadro 56. Categoria 2. Frequência de Contacto Directo; ECT/ECS

Categoria 2. Frequência de Contacto Directo						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
2.1. Diariamente	8	40	7	35	15	75
2.2. Muita frequência	1	5	0	0	1	5
2.3. Alguma frequência	0	0	1	5	1	5
2.4. Sempre que Possível	1	5	2	10	3	15
TOTAL	10	50	10	50	20	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (40%) na sub-categoria *Diariamente*, onde os estudantes da Escola de Ciências e Sociais apresentaram um volume de informação ligeiramente mais baixo (35%).

Muita frequência apresentou apenas referências dos estudantes de Ciências e Tecnologias (5%) e os estudantes de Ciências Sociais foram os únicos a referir a sub-categoria *Alguma frequência* (5%).

Exemplos:

Diariamente

"...diariamente." (S11)(S12)(S13)(S15)(S17)(S18)(S19)(S20)

Muita frequência

"Muita" (S14)

Alguma frequência

"Alguma...disponibilidade de tempo." (S4)

Sempre que possível

"...mais aos fins-de-semana..." (S10)

6.4.3. Análise da categoria 3. Amigos no Facebook

A terceira categoria *Amigos no Facebook* integra quatro sub-categorias, como indica o Quadro 57, e apresenta o género de relação que os estudantes dos dois grupos mantêm com os amigos do Facebook

A maioria dos estudantes (54.5%) indica que *Conhece pessoalmente* os amigos no Facebook, e *Conhece quase todos* foi a sub-categoria mais referida em segundo lugar (36.3%).

Amigos íntimos/próximos (4.5%) e *Conhecidos de 'vista'* (4.5%) foram as sub-categorias menos referidas pelos dois grupos de estudantes.

Os estudantes de Ciências Sociais (50%) e os estudantes de Ciências e Tecnologias (50%) apresentaram um volume de informação com valores próximos nesta categoria.

Quadro 57. Categoria 3. Amigos no Facebook; ECT/ECS

Categoria 3. Amigos no Facebook						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
3.1. Conhece pessoalmente	3	13.6	9	40.9	12	54.5
3.2. Conhece quase todos	6	27.3	2	9.1	8	36.3
3.3. Amigos íntimos/próximos	1	4.5	0	0	1	4.5
3.4. Conhecidos “de vista”	1	4.5	0	0	1	4.5
TOTAL	11	50	11	50	22	100

A análise do Quadro 57, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-categoria *Conhece pessoalmente* (40.9%).

A sub-categoria *Conhece quase todos* apresentou um volume de informação superior dos estudantes de Ciências e Tecnologias (27.3%).

As sub-categorias menos referidas, *Amigos íntimos/próximos* (4.5%) e *Conhecidos ‘de vista’* (4.5%) obtiveram apenas referências dos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Exemplos:

Conhece pessoalmente

"Sim, apenas tenho como amigos pessoas que conheci pessoalmente" (S15)

Conhece quase todos

"Quase todos" (S6)

Amigos íntimos/próximos

"...a maioria são íntimos..." (S11)

Conhece ‘de vista’

"...conhecidos de vista" (S11)

6.4.4. Análise da categoria 4. Utilização de outras redes sociais

A categoria *Utilização de outras redes sociais*, é composta por duas sub-categorias, e indica se os estudantes dos dois grupos são utilizadores de outras redes sociais para além do Facebook.

O quadro 58 indica que a maioria dos estudantes *Não utiliza outras redes sociais* (65.2%).

A sub-categoria *Utiliza outras redes sociais* (34.8%) obteve um menor número de referências.

O Quadro 58 demonstra também que os estudantes de Ciências e Tecnologias foram os que apresentaram um volume de informação superior (56.5%), relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (43.4%).

Quadro nº 58. Categoria 4. Utilização de outras redes sociais; ECT/ECS

Categoria 4. Utilização de Outras Redes Sociais						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
4.1. Utiliza outras redes sociais	5	21.7	3	13	8	34.8
4.2. Não utiliza outras redes sociais	8	34.8	7	30.4	15	65.2
TOTAL	13	56.5	10	43.4	23	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (34.8%) na sub-categoria *Não utiliza outras redes sociais*.

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram também um volume de informação superior na sub-categoria *Utiliza outras redes sociais* (21.7%).

Exemplos:

Não utiliza outras redes sociais

"Não." (S11)(S12)(S13)(S14)(S16)(S18)(S19)(S20)

6.4.4.1. Análise da sub-categoria 4.1. Utiliza outras redes sociais

A sub-categoria *Utiliza outras redes sociais*, é composta por seis sub-sub-categorias, e indica quais as redes sociais que os estudantes dos dois grupos também utilizam para além do Facebook.

O quadro 59 indica que a maioria dos estudantes utiliza a rede social *Hi5* (37.5%), seguida das redes sociais *MySpace* (12.5%), *Tagged* (12.5%), *Badoo* (12.5%), *LinkedIn* (12.5) e *Pseudadarkbb* (12.5%).

O Quadro 59 indica também que os estudantes de Ciências e Tecnologias foram os que apresentaram um volume de informação superior (62.5%), relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (37.5%).

Quadro 59. Sub-Categoria 4.1. Utiliza outras redes sociais; ECT/ECS

Sub-Categoria 4.1.Sim						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
4.1.1. Hi5	1	12.5	2	25	3	37.5
4.1.2. MySpace	0	0	1	12.5	1	12.5
4.1.3. Tagged	1	12.5	0	0	1	12.5
4.1.4. Badoo	1	12.5	0	0	1	12.5
4.1.5. LinkedIn	1	12.5	0	0	1	12.5
4.1.6. Psudadarkbb	1	12.5	0	0	1	12.5
TOTAL	5	62.5	3	37.5	8	100

Exemplos:

Hi5

"...Hi5" (S3)(S5)

MySpace

"...MySpace" (S7)

Tagged

"Tagged..." (S17)

Badoo

"...Badoo." (S15)

LinkedIn

"...LinkedIn..." (S17)

Psudadarkbb

"...Psidadark." (S17)

6.4.5. Síntese dos resultados do Tema IV – Aspectos Sociais

A análise dos resultados obtidos no Tema IV – *Aspectos Sociais*, indicou-nos que os estudantes preferem e praticam Actividades Exteriores e Convívio, mais referido pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

As Actividades Exteriores mais indicadas pelos dois grupos de estudantes são Sair, referidas com valores semelhantes nos dois grupos, e Ir ao Café, mais referida pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

O Convívio directo com as pessoas foi mais referido pelos dois grupos de estudantes, e Estar com Amigos foi o hábito social de convívio onde os estudantes de Ciências e Tecnologias mostraram mais referências.

O Hábito Social de entretenimento mais referido pelos estudantes de Ciências e Tecnologias foi Divertir e Ver Futebol e, por sua vez, os estudantes de Ciências Sociais indicaram Ver Televisão e Ouvir Música.

Relativamente à Frequência de Contacto Directo, na sua maioria os estudantes indicaram Diariamente, sendo mais referido pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Os estudantes, no geral, referiram que Conhecem Pessoalmente os amigos que têm no Facebook, apresentando mais referências pelos estudantes de Ciências Sociais. Por sua vez os estudantes de Ciências e Tecnologias referiram mais vezes que Conhecem Quase Todos os amigos da rede social.

Os estudantes, no geral, não utilizam outras redes sociais para além do Facebook. A análise indicou um número de referências superior de estudantes de Ciências e Tecnologias, que indicaram não utilizar outra rede social, do que nos estudantes de Ciências e Tecnologias.

O Hi5 é a rede social mais utilizada por quem tem outra rede social, mais referida pelos estudantes de Ciências Sociais. Outras redes sociais referidas foram MySpace, Tagged, Badoo, LinkedIn e Psudadarkbb.

No entanto, apesar de alguns autores (Di Maggio, et al., 2001, citados por Castells, 2004) referirem que os utilizadores de Internet tendem a apresentar uma descida na sociabilidade, os nossos resultados indicaram que, mesmo os estudantes que utilizam mais o Facebook, continuam a realizar as suas actividades normais de

vida social e, segundo Uslaner (1999, citado por Castells, 2004) os utilizadores da Internet costumam ter uma rede de relações sociais mais ampla que os não utilizadores.

6.5. ANÁLISE DO TEMA V – Privacidade

O Tema V, designa-se *Privacidade*, e é composto por três categorias, como *Informação que deve ser publicada* e *Informação que não deve ser publicada*. O Tema V indica quais os conteúdos que os estudantes consideram que devem e não devem ser publicados na rede social para que a sua privacidade seja salvaguardada.

No Quadro 60 podemos verificar que *Informação que não deve ser publicada* foi a categoria mais referida (41%).

Informação que deve ser publicada (36.8%) foi a segunda mais referida e *Motivos da não publicação* (22.1%) foi a terceira.

O Quadro 60 demonstra ainda que os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informação superior (54.7%) que os estudantes de Ciências Sociais (45.2%).

Quadro 60. Tema V – Privacidade; ECT/ECS

Tema 5 – Privacidade						
Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
1. Informação que deve ser publicada	19	20	16	16.8	35	36.8
2. Informação que não deve ser publicada	21	22.1	18	18.9	39	41
3. Motivo da não publicação	12	12.6	9	9.5	21	22.1
TOTAL	52	54.7	43	45.2	95	100

O quadro anterior, demonstra que a categoria mais referenciada, *Informação que não deve ser publicada*, obteve um número de referências superior nos estudantes de Ciências e Tecnologias (22.1%).

A segunda categoria mais referida *Informação que deve ser publicada* obteve também um volume de informação superior dos estudantes de Ciências e Tecnologias (20%).

Os ECT apresentaram ainda um volume de informação superior na categoria *Motivo da não publicação* (12.6%).

6.5.1. Análise da categoria 1. Informação que deve ser publicada

A categoria *Informação que deve ser publicada* integra oito sub-categorias, como podemos observar no Quadro 61, e apresenta as informações que os estudantes dos dois grupos pensam ser correctas de serem colocadas na rede social Facebook, e que não prejudicam a privacidade.

A informação mais referida foi *Informação não prejudicial* (22.8%), tendo a *informação importante* obtido o segundo valor mais alto (20%). *Informação básica* (14.3%) e *Cada um deve saber* (14.3%) foram as terceiras mais referidas.

Informação que todos possam ver foi a menos referida (2.8%).

Notou-se um valor superior de referências pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (54.3).

Quadro 61. Categoria 1. Informação que deve ser publicada; ECT/ECS

Categoria 1. Informação que deve ser Publicada						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
1.1. Informação Básica	3	8.6	2	5.7	5	14.3
1.2. Interesses	1	2.8	2	5.7	3	8.6
1.3. Informação Impessoal	3	8.6	1	2.8	4	11.4
1.4. Informação Profissional	1	2.8	1	2.8	2	5.7
1.5. Informação Não Prejudicial	5	14.3	3	8.6	8	22.8
1.6. Informação Importante	3	8.6	4	11.4	7	20
1.7. Informação que todos possam ver	1	2.8	0	0	1	2.8
1.8. Cada um deve saber	2	5.7	3	8.6	5	14.3
TOTAL	19	54.3	16	45.7	35	100

O quadro anterior indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-categoria *Informação não prejudicial* (14.3%), e os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um volume de informação superior na sub-categoria *Informação Importante* (11.4%).

Informação que todos possam ver foi a sub-categoria menos referida, onde apenas os estudantes de Ciências e Tecnologias indicaram um volume de informação (2.8%).

Exemplos:

Informação básica

"Informação básica como nome, idade, local de residência, email e interesses."
(S15)(S18)

Interesses

"...notícias realmente importantes, pesquisas, artigos publicados..." (S9)

Informação Impessoal

"...não incluam informações pessoais..." (S14)

Informação Profissional

"Informação profissional..." (S12)

Informação Não Prejudicial

"...não revele nenhum pormenor íntimo que possa ser utilizado inadequadamente." (S3)

Informação Importante

"... Informação construtiva para as outras pessoas." (S17)

Informação que todos possam ver

"Informação que todos possam ver..." (S19)

Cada um deve saber

"...as pessoas é que deviam ter mais consciência e maturidade para serem as próprias a seleccionar elas o que gostariam de ver publicado..." (S4)

6.5.2. Análise da categoria 2. Informação que não deve ser publicada

A segunda categoria, *Informação que não deve ser publicada*, integra quatro sub-categorias, como indica o Quadro 62, e apresenta o género de informações que os estudantes indicam que não devem ser publicadas no Facebook.

A maioria dos estudantes refere que as informações que não devem ser publicadas no Facebook são as *Informações pessoais* (84.6%).

Informação detalhada (2.5%) e *Cada um deve saber* (2.5%) foram as sub-categorias menos referidas.

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informações ligeiramente superior (53.8%) relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (46.1%).

Quadro 62. Categoria 2. Informação que não deve ser publicada; ECT/ECS

Categoria 2. Informação que não deve ser Publicada						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
2.1. Informação Pessoal	19	48.7	14	35.9	33	84.6
2.2. Informação desnecessária	1	2.5	3	7.7	4	10.2
2.3. Informação detalhada	1	2.5	0	0	1	2.5
2.4. Cada um deve saber	0	0	1	2.5	1	2.5
TOTAL	21	53.8	18	46.1	39	100

A análise ao Quadro 62 indica também que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias, na sub-categoria *Informação Pessoal* (48.7%).

A sub-categoria *Informação detalhada* foi uma das menos referidas, apresentado um volume de informação apenas dos estudantes de Ciências e Tecnologias (2.5%), assim como *Cada um deve saber* apenas apresentou referências dos estudantes de Ciências Sociais (2.5%).

Exemplos:

Informação desnecessária

"As pessoas até deviam ter em atenção o que escrevem nos comentários..."

(S6)

Informação detalhada

"...muito detalhada..." (S16)

Cada um deve saber

"...aquilo que cada pessoa realmente quer..." (S9)

6.5.2.1. Análise da sub-categoria 2.1. Informação pessoal

A sub-categoria *Informação pessoal* integra quatro sub-categorias, e demonstra que informações pessoais não devem ser colocadas no Facebook.

O Quadro 63, indica que a maioria dos estudantes refere que as informações pessoais que não devem ser publicadas no Facebook são as *Informações privadas* (45.4%).

A *Localização* foi a segunda sub-categoria mais referida (27.3%), e a terceira foi *Contactos* (21.2%).

A sub-categoria com menor número de referência foram as *Fotografias Privadas* (6%).

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informações superior (57.6%) relativamente aos estudantes de Ciências Sociais (42.4%).

Quadro 63. Sub-Categoria 2.1. Informação pessoal; ECT/ECS

Sub-Categoria 2.1. Informação Pessoal						
Sub-Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	N	%	n	%		
2.1.1. Informação privada	7	21.2	8	24.2	15	45.4
2.1.2. Localização	6	18.2	3	9.1	9	27.3
2.1.3. Contactos	4	12.1	3	9.1	7	21.2
2.1.4. Fotografias Privadas	2	6	0	0	2	6
TOTAL	19	57.6	14	42.4	33	100

O quadro anterior demonstra que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências Sociais na sub-categoria *Informação privada* (24.2%).

Os estudantes de Ciências e Tecnologias apresentaram um volume de informação superior nas sub-categorias *Localização* (18.2%), *Contactos* (12.1%) e *Fotografias privadas* (6%).

Exemplos:

Informações privada

"Tudo o que seja demasiado pessoal... Informações acerca da nossa intimidade..." (S5)

Localização

"...local onde se está, para onde se vai..." (S11)

Contactos

"Contactos telefónicos e de correio electrónico..." (S12)(S14)(S18)(S20)

Fotografias Privadas

"...fotos demasiado privadas..." (S12)(S14)

6.5.3. Análise da categoria 3. Motivo da não publicação

A terceira categoria designa-se *Motivo da não publicação*, é composta por três sub-categorias, como podemos observar no Quadro 64, e evidencia os motivos pelos quais as pessoas não devem partilhar determinadas informações na rede social Facebook.

Como podemos observar no Quadro 64, o motivo mais referido é a *Segurança* (57.1%), seguido da *Privacidade* (38.1%).

Irrelevância foi o motivo com o menor número de referências (4.7%).

Notou-se um volume de informação superior dos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias (57.1%), comparativamente aos estudantes de Ciências Sociais (42.8%).

Quadro 64. Categoria 3. Motivo da não publicação; ECT/ECS

Categoria Motivo da não Publicação						
Sub-Categoria	Cursos				Total	%
	ECT		ECS			
	n	%	n	%		
3.1. Segurança	9	42.8	3	14.3	12	57.1
3.2. Privacidade	3	14.3	5	23.8	8	38.1
3.3. Irrelevância	0	0	1	4.7	1	4.76
TOTAL	12	57.1	9	42.8	21	100

A análise do quadro anterior, indica que o maior volume de informação foi produzido pelos estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias na sub-categoria *Segurança* (42.8%).

A sub-categoria *Privacidade* apresentou um volume de informação superior dos estudantes de Ciências Sociais (23.8%), e *Irrelevância* apresentou apenas referências dos estudantes de Ciências Sociais (4.7%).

Exemplos:

Segurança

"...pode prejudicar e trazer consequências na vida e mesmo no emprego da pessoa." (S19)

Privacidade

"Quem publica coisas suas, que assuma a responsabilidade sobre elas... publicar coisas sobre os outros acho invasivo." (S4)

Irrelevância

...ser irrelevante. (S1)

6.5.4. Síntese dos resultados do Tema V – Privacidade

A análise dos resultados obtidos no Tema V – *Privacidade*, indicam-nos que os estudantes, no geral, apresentam mais informações que não devem ser publicadas no Facebook, sendo mais referidas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias.

Dentro da Informação que não deve ser publicada, os estudantes indicam a Informação Pessoal. A análise indicou que os estudantes da Escola de Ciências e Tecnologias foram os que apresentaram mais referências à Informação Pessoal, do que os estudantes da Escola de Ciências Sociais.

Os dois grupos de estudantes indicam que a Informação privada é a Informação Pessoal que mais deve ser guardada para o utilizador, e não deve ser publicada no Facebook, sendo mais referida pelos estudantes de Ciências Sociais. Outras informações indicadas, mais referidas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias, foram a Localização, os Contactos e Fotografias Privadas.

Na Informação que deve ser Publicada, os estudantes indicam, em maioria, a Informação Não Prejudicial, mais referida pelos estudantes de Ciências e Tecnologias, e a Informação Importante, referida em valor superior pelos estudantes de Ciências Sociais.

A Segurança foi o motivo mais indicado para a não publicação de determinada informação, mais referida pelos estudantes de Ciências e Tecnologias. Por sua vez os estudantes de Ciências Sociais apontam para a Privacidade como o motivo da não publicação.

Os aspectos da privacidade são também indicados por Kirkpatrick (2011) referindo que esse foi um dos aspectos que mais preocupava os jovens que utilizavam a rede social.

6.6. Análise do registo da actividade dos estudantes no Facebook

Os vinte participantes adicionados na rede social Facebook como amigos, foram observados durante três meses por períodos de uma semana por mês. A primeira semana de observações ocorreu durante 24 de Março a 31 de Março de 2011, a segunda semana teve lugar de 24 de Abril a 1 de Maio de 2011 e, por fim, a última semana de observações foi entre 24 de Maio e 31 de Maio de 2011.

Durante essas três semanas, pretendeu-se observar e registar o tempo que os estudantes passavam por dia no Facebook, o número de interações que estabeleciam e quais os temas que mais debatiam nas suas conversas. Estes temas foram posteriormente categorizados como Relacionamento, Aspectos Académicos, Vida Social e Outros.

6.6.1. Tempo no Facebook

Uma das observações que realizámos durante as três semanas, foi o tempo que os estudantes da Escola de Ciências Sociais e os estudantes da Escola de Ciência e Tecnologias passavam na rede social Facebook. O tempo despendido na rede foi dividido em três categorias; menos de uma hora, entre uma e duas horas e mais de duas horas.

Contabilizámos o tempo diário passado pelos estudantes na rede social, sendo que para esse registo, utilizámos a data das suas publicações no mural do Facebook

6.6.1.1. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECS)

O Quadro 65 indica o Tempo que os estudantes de Ciências Sociais passaram, por dia no Facebook na primeira semana de observações, entre 24 de Março e 31 de Março de 2011.

Segundo os dados obtidos e que podem ser observados no Quadro 65, a maioria de estudantes (60%) passaram menos de uma hora no Facebook. Três estudantes (30%) passaram mais de duas horas e apenas um (10%) passou entre uma a duas horas na rede social.

Quadro 65. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Março a 31 de Março

Sujeito (ECS)	24 de Março a 31 de Março			TOTAL	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas	%	
S1	X			1	10
S2	X			1	10
S3			X	1	10
S4	X			1	10
S5			X	1	10
S6	X			1	10
S7			X	1	10
S8	X			1	10
S9		X		1	10
S10	X			1	10
TOTAL	6	1	3	10	
%	60	10	30	100	

6.6.1.2. Segunda semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECS)

O Quadro 66 apresenta o Tempo no Facebook dos estudantes de Ciências Sociais durante a segunda semana, que teve lugar de 24 de Abril a 1 de Maio de 2011.

O quadro indica que a maioria dos estudantes (40%) continua a passar menos de uma hora na rede social, no entanto aumentou o número de estudantes que passavam entre uma a duas horas (30%). O número de estudantes que passam mais de duas horas manteve-se (30%).

Os estudantes S2, S4, S5, S7, S8 e S9 mantiveram o tempo passado no Facebook da semana anterior. Os sujeitos S1, S6 e S10 passaram mais tempo e o sujeito S3 passou menos tempo na rede social.

Quadro 66. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio

Sujeito (ECS)	24 de Abril a 1 de Maio			TOTAL	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas	%	
S1		X		1	10
S2	X			1	10
S3	X			1	10
S4	X			1	10
S5			X	1	10
S6		X		1	10
S7			X	1	10
S8	X			1	10
S9		X		1	10
S10			X	1	10
TOTAL	4	3	3	10	
%	40	30	30	100	

6.6.1.3. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECS)

O Quadro 67 apresenta o Tempo no Facebook dos estudantes de Ciências Sociais durante a terceira semana, de 24 de Maio a 31 de Maio de 2011.

O quadro indica que a maioria dos estudantes (60%) continua a passar menos de uma hora na rede social. O número de estudantes que passam entre uma a duas horas (40%) aumentou, e nenhum estudante de Ciências Sociais passou mais de duas horas no Facebook durante esta semana (0%).

Os estudantes S1, S2, S3, S4, S8 e S9 mantiveram o tempo passado no Facebook da semana anterior. Os sujeitos S5, S6, S7 e S10 passaram menos tempo na rede social.

Quadro 67. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECS. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio

Sujeito (ECS)	24 de Maio a 31 de Maio			TOTAL %	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas		
S1		X		1	10
S2	X			1	10
S3	X			1	10
S4	X			1	10
S5		X		1	10
S6	X			1	10
S7	X			1	10
S8	X			1	10
S9		X		1	10
S10		X		1	10
TOTAL	6	4	0	10	
%	60	40	0	100	

6.6.1.4. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECT)

O Quadro 68 indica o Tempo que os estudantes de Ciência e Tecnologias passaram, por dia, no Facebook, na primeira semana de observações, entre 24 de Março e 31 de Março de 2011.

O quadro indica que a maioria de estudantes (70%) passou menos de uma hora no Facebook.

Dois estudantes (20%) passaram mais de duas horas, e apenas um (10%) passou, por dia, entre uma a duas horas no Facebook.

Quadro 68. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março

Sujeito (ECT)	24 de Março a 31 de Março			TOTAL %	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas		
S11	X			1	10
S12	X			1	10
S13	X			1	10
S14	X			1	10
S15		X		1	10
S16	X			1	10
S17			X	1	10
S18			X	1	10
S19	X			1	10
S20	X			1	10
TOTAL	7	1	2	10	
%	70	10	20	100	

6.6.1.5. Segunda Semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)

O Quadro 69 indica o Tempo que os estudantes de Ciência e Tecnologias passaram, por dia, no Facebook, na segunda semana de observações entre 24 de Abril e 1 de Maio de 2011.

O quadro indica que a maioria de estudantes (60%) continuou a passar menos de uma hora no Facebook.

O quadro indica que existiram mais estudantes (30%) a passar entre uma e duas horas que na semana passada, e diminuiu o número de estudantes a passarem mais de duas horas na rede social.

Os estudantes S11, S12, S13, S14, S15, S16, S18 e S19 mantiveram o tempo passado no Facebook. O estudante S17 passou menos tempo durante esta semana e o estudante S20 passou mais tempo no Facebook, comparativamente à semana anterior.

Quadro 69. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio

Sujeito (ECT)	24 de Abril a 1 de Maio			TOTAL %	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas		
S11	X			1	10
S12	X			1	10
S13	X			1	10
S14	X			1	10
S15		X		1	10
S16	X			1	10
S17		X		1	10
S18			X	1	10
S19	X			1	10
S20		X		1	10
TOTAL	6	3	1	10	
%	60	30	10	100	

6.6.1.6. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECT)

O Quadro 70 indica o Tempo que os estudantes de Ciência e Tecnologias passaram, por dia, no Facebook, na terceira semana de observações, entre 24 de Maio e 31 de Maio de 2011.

No quadro indica que os estudantes continuam, na sua maioria, a passar Menos de Uma Hora (80%) no Facebook. O número de estudantes a passar Entre Uma e Duas Horas diminuiu (20%) e nenhum estudante passou, durante esta semana, Mais de Duas Horas (0%) no Facebook.

Os estudantes S11, S12, S13, S14, S17 e S19 mantiveram o tempo passado no Facebook. Os estudantes S5, S8 e S20 passaram menos tempo no Facebook e o estudante S16 passou mais tempo durante esta semana na rede social.

Quadro 70. Observações no Facebook. Tempo no Facebook; ECT. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio

Sujeito (ECT)	24 de Maio a 31 de Maio			TOTAL %	
	Tempo no Facebook				
	Menos de 1 hora	Entre 1 e 2 horas	Mais de 2 horas		
S11	X			1	10
S12	X			1	10
S13	X			1	10
S14	X			1	10
S15	X			1	10
S16		X		1	10
S17		X		1	10
S18	X			1	10
S19	X			1	10
S20	X			1	10
TOTAL	8	2	0	10	
%	80	20	0	100	

6.6.2. Interações no Facebook

Para além do Tempo no Facebook, o número de Interações dos estudantes da ECS e dos estudantes da ECT foi também registado nas observações realizadas nas três semanas. As interações dos estudantes foram analisadas em função do género.

Foi considerada interação, todo o *feedback* existente no mural do Facebook dos estudantes, ou realizados pelos estudantes nos murais doutros utilizadores da rede social. Cada *feedback* foi apenas contabilizado uma vez em cada interação, não sendo registados os *likes* (gosto) para esta análise.

6.6.2.1. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECS)

O Quadro 71 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciências Sociais durante a primeira semana de observações, de 24 de Março a 31 de Março de 2011. Nesta primeira semana os estudantes apresentaram, no total, 651 interações com ambos os sexos.

O quadro indica que os estudantes interagiram sobretudo com pessoas do sexo feminino (67.6%) e menos com o sexo masculino (32.5%).

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S7 (30.9%), S3 (21.2%) e o S5 (17.5%).

Quadro 71. Observações no Facebook. Interação no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março

Sujeito (ECS)	24 de Março a 31 de Março				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S1	15	2.3	16	2.5	31	4.8
S2	1	0.15	0	0	1	0.15
S3	100	15.4	38	5.8	138	21.2
S4	0	0	0	0	0	0
S5	89	13.7	25	3.8	114	17.5
S6	20	3.1	6	0.9	26	4
S7	97	14.9	104	16	201	30.9
S8	28	4.3	9	1.4	37	5.7
S9	58	8.9	10	1.5	68	10.4
S10	31	4.8	4	0.6	35	5.4
TOTAL	439		212		651	
%	67.6		32.5		100	

6.6.2.2. Segunda Semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)

O Quadro 72 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciências Sociais durante a segunda semana de observações, de 24 de Abril a 1 de Maio de 2011. A segunda semana indicou um número total de interações superior (799).

O quadro indica que o maior número de interações com o sexo feminino manteve-se (58.8%), tendo as interações com o sexo masculino tido um aumento (41.1%), relativamente à semana anterior.

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S7 (37.4%), S5 (20.4%) e o S10 (13.1%).

O S7 indicou um aumento de interações com o sexo masculino (26.7%), o S5 interagiu mais com pessoas do sexo feminino (16.9%) e masculino (3.5). O S10 também aumentou as interações com pessoas do sexo feminino (9.8%) e masculino (3.4%).

Quadro 72. Observações no Facebook. Interação no Facebook; ECS. Semana de 24 de Abril a 1 de Maio

Sujeito (ECS)	24 de Abril a 1 de Maio				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S1	34	4.3	30	3.8	64	8
S2	0	0	0	0	0	0
S3	0	0	0	0	0	0
S4	0	0	0	0	0	0
S5	135	16.9	28	3.5	163	20.4
S6	76	9.5	5	0.6	81	10.1
S7	86	10.8	213	26.7	299	37.4
S8	0	0	0	0	0	0
S9	60	7.5	27	3.4	87	10.9
S10	78	9.8	27	3.4	105	13.1
TOTAL	469		330		799	
%	58.8		41.1		100	

6.6.2.3. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECS)

O Quadro 73 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciências Sociais durante a terceira semana de observações, de 24 de Maio a 31 de Maio de 2011. Esta foi a semana onde os estudantes de Ciências Sociais interagiram menos, apresentando um total de 383 interações com ambos os sexos.

O quadro indica a continuidade da superioridade de interações com o sexo feminino manteve-se (72.9%), e as interações com o sexo masculino foram menos realizadas (27.6%).

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S9 (29.2%) e S5 (31.3%).

O S9 indicou um aumento de interações com o sexo feminino (19.8%) e masculino (9.7%). O S5 indicou menos interações, relativamente à semana anterior, com pessoas do sexo feminino (25%) e masculino (6.8%).

Quadro 73. Observações no Facebook. Interação no Facebook. Estudantes de Ciências Sociais. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio

Sujeito (ECS)	24 de Maio a 31 de Maio				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S1	22	5.7	15	3.9	37	9.7
S2	13	3.4	7	1.8	20	5.2
S3	0	0	0	0	0	0
S4	0	0	0	0	0	0
S5	94	25	26	6.8	120	31.3
S6	1	0.26	0	0	1	0.26
S7	19	4.96	10	2.6	29	7.6
S8	33	8.6	1	0.26	34	8.9
S9	75	19.8	37	9.7	112	29.2
S10	20	5.2	10	2.5	30	7.8
TOTAL	277		106		383	
%	72.9		27.6		100	

6.6.2.4. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECT)

O Quadro 74 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciência e Tecnologias durante a primeira semana de observações, de 24 de Março a 31 de Março de 2011. Nesta primeira semana os estudantes apresentaram, no total, 337 interações com ambos os sexos. O quadro indica que os estudantes interagiram sobretudo com pessoas do sexo feminino (65.9%) e menos com o sexo masculino (34.1%). Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S15 (25.8%), S18 (22.8%) e o S17 (20.5%).

Quadro 74. Observações no Facebook. Interação no Facebook; ECT. Semana de 24 de Março a 31 de Março

Sujeito (ECT)	24 de Março a 31 de Março				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S11	27	8	0	0	27	8
S12	1	0.3	2	0.6	3	0.9
S13	0	0	2	0.6	2	0.6
S14	0	0	2	0.6	2	0.6
S15	74	21.9	13	3.9	87	25.8
S16	6	1.78	3	0.9	9	2.67
S17	57	16.9	12	3.6	69	20.5
S18	18	5.3	59	17.5	77	22.8
S19	15	4.5	10	2.97	25	7.4
S20	24	7.1	12	3.6	36	10.7
TOTAL	222		115		337	
%	65.9		34.1		100	

6.6.2.5. Segunda Semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)

O Quadro 75 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciências e Tecnologias durante a segunda semana de observações. Nesta segunda semana, os estudantes apresentaram, no total, 295 interações com ambos os sexos, sendo menor que na semana anterior. O quadro indica que os estudantes continuaram a

interagir, na sua maioria, sobretudo com pessoas do sexo feminino (54.6%) e menos com o sexo masculino (45.5%).

**Quadro 75. Observações no Facebook. Interação no Facebook; ECT.
Semana de 24 de Abril a 1 de Maio**

Sujeito (ECT)	24 de Abril a 1 de Maio				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S11	12	4.1	5	1.7	17	5.8
S12	1	0.4	0	0	1	0.4
S13	1	0.4	0	0	1	0.4
S14	0	0	0	0	0	0
S15	32	10.8	8	2.7	40	13.6
S16	0	0	1	0.4	1	0.4
S17	21	7.1	5	1.7	26	8.8
S18	65	22	99	33.6	164	55.5
S19	4	1.3	1	0.4	5	1.7
S20	25	8.5	15	5.1	40	13.6
TOTAL	161		134		295	
%	54.6		45.5		100	

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S18 (55.5%), S15 (13.6%) e o S20 (13.6%). Durante esta semana, o estudante S18 apresentou mais interações com o sexo feminino (22%) e masculino (33.6%). O S15 interagiu menos com ambos os sexos, e o S20 também apresentou mais interações com pessoas do sexo feminino (8.5%) e masculino (5.1%).

6.6.2.6. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECT)

O Quadro 76 apresenta as interações realizadas pelos estudantes de Ciência e Tecnologias durante a terceira semana de observações. Nesta última semana, os estudantes apresentaram 97 interações, o menor número de interações totais das três semanas de observação.

Quadro 76. Observações no Facebook. Interação no Facebook; ECT. Semana de 24 de Maio a 31 de Maio

Sujeito (ECT)	24 de Maio a 31 de Maio				TOTAL %	
	Interação no Facebook					
	Feminino %		Masculino %			
S11	0	0	0	0	0	0
S12	1	1	0	0	1	1
S13	2	2	0	0	2	2
S14	11	11.3	0	0	11	11.3
S15	13	13.4	2	2	15	15.4
S16	35	36	6	6.2	41	42.3
S17	9	9.2	4	4.1	13	13.4
S18	0	0	1	1	1	1
S19	2	2	2	2	4	4.1
S20	4	4.1	5	5.1	9	9.2
TOTAL	77		20		97	
%	79.4		20.6		100	

Os estudantes continuaram a interagir, na sua maioria, sobretudo com pessoas do sexo feminino (79.4%) e menos com o sexo masculino (20.6%). Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S16 (42.3%), S15 (15.4%), S17 (13.4%) e o S14 (11.3%). Durante esta semana, o estudante S16 apresentou mais interações com o sexo feminino (36%) e masculino (6.2%). Os estudantes S15 e S17 interagiram menos com ambos os sexos. S14 também apresentou mais interações com pessoas do sexo feminino (11.3%)

6.6.3. Temas abordados no Facebook

Os Temas abordados no Facebook, foram o terceiro aspecto observado nas três semanas de observação aos estudantes de Ciências Sociais e estudantes de Ciência e Tecnologias no Facebook.

Os temas abordados pelos estudantes foram divididos em quatro categorias: Relacionamento, Aspectos Académicos, Vida Social e Outros.

Foram observadas nas publicações de mural do Facebook dos estudantes, os temas das mesmas, e contabilizadas.

6.6.3.1. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECS)

O Quadro 77 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciências Sociais na primeira semana de observação, de 24 de Março a 31 de Março de 2011. Nesta primeira semana os estudantes indicaram 496 abordagens aos diferentes temas.

O quadro indica que os estudantes abordaram essencialmente temas da Vida Social (71.6%) e Relacionamentos (14.3%). Os Aspectos Académicos (11%) e Outros temas (2.8%) foram os menos abordados.

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S7 (37%), o S3 (27%) e S5 (16.3%).

**Quadro 77. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS.
Semana de 24 de Março a 31 de Março**

Sujeito (ECS)	24 de Março a 31 de Março								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S1	1	0.2	0	0	14	2.8	0	0	15	3
S2	0	0	0	0	0	0	1	0.2	1	0.2
S3	0	0	0	0	133	26.8	1	0.2	134	27
S4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S5	3	0.6	15	3	62	12.5	1	0.2	81	16.3
S6	0	0	0	0	4	0.8	1	0.2	5	1
S7	67	13.5	21	4.2	87	17.5	9	1.8	184	37
S8	0	0	0	0	16	3.2	0	0	16	3.2
S9	0	0	1	0.2	35	7	1	0.2	37	7.5
S10	0	0	18	3.6	5	1	0	0	23	4.6
Total	71		55		356		14		496	
%	14.3		11		71.6		2.8		100	

6.6.3.2. Segunda Semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECS)

O Quadro 78 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciências Sociais na segunda semana de observação, de 24 de Abril a 1 de Maio de 2011. Na segunda semana, os estudantes apresentam um número superior de abordagens aos temas, num total de 878, relativamente à semana anterior.

O quadro indica que os estudantes continuam a abordar, essencialmente, temas da Vida Social (78.9%) e Relacionamentos (14.1%). Os Aspectos Académicos (2.7%) e Outros temas (4.2%) formam os menos abordados.

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S7 (45.4%), o S5 (19.4%) e S10 (14.3%). O estudante S7 aumentou a abordagem a temas de Vida Social (28.8%), Relacionamento (13.7%) e Outros Temas (2%).

O estudante S5 apresentou um aumento na abordagem aos temas relacionados com a Vida Social (18%) e outros temas (0.7%), assim como o S10 aumentou abordou mais, durante esta semana, os temas da Vida Social (13.6%).

Quadro 78. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS.

Semana de 24 de Abril a 1 de Maio

Sujeito (ECS)	24 de Abril a 31 de Março								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S1	1	0.1	2	0.2	21	2.4	3	0.3	27	3
S2	0	0	0	0	0	0	1	0.1	1	0.1
S3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S5	1	0.1	5	0.6	158	18	6	0.7	170	19.4
S6	0	0	0	0	57	6.5	1	0.1	58	6.6
S7	120	13.7	8	0.9	253	28.8	18	2	399	45.4
S8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S9	2	0.2	3	0.3	85	9.7	7	0.8	97	11
S10	0	0	6	0.7	119	13.6	1	0.1	126	14.3
Total	124		24		693		37		878	
%	14.1		2.7		78.9		4.2		100	

6.6.3.3. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECS)

O Quadro 79 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciências Sociais, na terceira e última semana de observação, de 24 de Maio a 31 de Maio de 2011. Nesta terceira semana os estudantes de Ciências Sociais apresentaram um menor número de temas abordados, num total de 341, relativamente às semanas anteriores.

O quadro indica que os estudantes continuaram a abordar, na sua maioria, temas da Vida Social (72.6%). Nesta semana os estudantes abordaram também significativamente os Aspectos Académicos (16.8%).

**Quadro 79. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECS.
Semana de 24 de Maio a 31 de Maio**

Sujeito (ECS)	24 de Maio a 31 de Maio								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S1	0	0	3	0.9	33	9.7	1	0.3	37	10.8
S2	0	0	0	0	11	3.2	5	1.5	16	4.6
S3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S5	0	0	22	6.5	83	24.3	4	1.2	109	31.9
S6	0	0	0	0	2	0.6	0	0	2	0.6
S7	5	1.5	5	1.5	15	4.4	12	3.5	37	10.8
S8	0	0	1	0.3	9	2.6	0	0	10	2.9
S9	2	0.6	13	3.8	81	23.7	5	1.5	101	29.6
S10	0	0	13	3.8	14	4.1	2	0.6	29	8.5
Total	7		57		248		29		341	
%	2		16.8		72.6		8.6		100	

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S5 (31.9%) e S9 (29.6%). O estudante S5 indicou um aumento na abordagem a Aspectos Académicos (6.5%) e uma diminuição no tema Vida Social (24.3%), comparativamente

à semana anterior. S9 apresentou também um aumento de abordagens aos temas de Aspectos Académicos (3.8%)

6.6.3.4. Primeira Semana - 24 de Março a 31 de Março (ECT)

O Quadro 80 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciência e Tecnologias na primeira semana de observação, de 24 de Março a 31 de Março de 2011. Nesta primeira semana os estudantes indicaram 319 abordagens aos diferentes temas.

O quadro indica que os estudantes abordaram essencialmente temas da Vida Social (80%). Os Aspectos Académicos (9.6%), Outros temas (8.7%) e Relacionamento (1.6%) formam os menos abordados.

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S17 (25.4%), o S15 (19.7%) e S18 (16.6%).

Quadro 80. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT.
Semana de 24 de Março a 31 de Março

Sujeito (ECT)	24 de Março a 31 de Março								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S11	0	0	0	0	41	12.9	2	0.6	43	13.5
S12	0	0	1	0.3	0	0	2	0.6	3	0.9
S13	0	0	0	0	1	0.3	8	2.5	9	2.8
S14	0	0	1	0.3	0	0	2	0.6	3	0.9
S15	0	0	1	0.3	60	18.8	2	0.6	63	19.7
S16	0	0	6	1.9	6	1.9	1	0.3	13	4
S17	5	1.6	13	4	59	18.5	4	1.2	81	25.4
S18	0	0	7	2.2	44	13.8	2	0.6	53	16.6
S19	0	0	0	0	12	3.7	5	1.6	17	5.9
S20	0	0	2	0.6	32	10	0	0	34	10.6
Total	5		31		255		28		319	
%	1.6		9.6		80		8.7		100	

6.6.3.5. Segunda Semana - 24 de Abril a 1 de Maio (ECT)

O Quadro 81 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciência e Tecnologias na segunda semana de observação, de 24 de Abril a 1 de Maio de 2011. Na segunda semana, os estudantes apresentaram um menor número de temas abordados (281), comparativamente à primeira semana. O quadro 81 indica que os estudantes continuaram a abordar, essencialmente temas da Vida Social (79%) e os Aspectos Académicos foram mais abordados que na primeira semana de observação (12%), sendo os menos Outros temas (8.4%) e Relacionamento (0.4%).

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S18 (44.5%), o S17 (13.9%) e S15 (11.4%). O estudante S18 aumentou o número de abordagens aos temas da Vida Social (35.6%), Aspectos Académicos (7.1%) e Outros temas (1.7%). O quadro indica também que S17 diminuiu as abordagens à Vida Social (12%) e Aspectos Académicos (0%) e S15 aumentou a abordagem aos Aspectos Académicos (1%), diminuindo na categoria Vida Social (9.9%).

Quadro 81. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT.
Semana de 24 de Abril a 1 de Maio

Sujeito (ECT)	24 de Abril a 1 de Maio								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S11	0	0	6	2.1	11	3.9	1	0.4	18	6.4
S12	0	0	1	0.4	0	0	1	0.4	2	0.7
S13	0	0	0	0	2	0.7	3	1	5	1.7
S14	0	0	2	0.7	0	0	5	1.7	7	2.5
S15	0	0	3	1	28	9.9	1	0.4	32	11.4
S16	0	0	0	0	1	0.4	0	0	1	0.4
S17	1	0.4	0	0	34	12	4	1.4	39	13.9
S18	0	0	20	7.1	100	35.6	5	1.7	125	44.5
S19	0	0	0	0	6	2.1	1	0.4	7	2.5
S20	0	0	2	0.7	40	14.2	3	1	45	16
Total	1		34		222		24		281	
%	0.4		12		79		8.4		100	

6.6.3.6. Terceira Semana - 24 de Maio a 31 de Maio (ECT)

O Quadro 82 apresenta os Temas abordados no Facebook pelos estudantes de Ciência e Tecnologias na terceira semana de observação, de 24 de Maio a 31 de Maio de 2011. Nesta terceira semana, os estudantes realizaram, num total, 108 abordagens as temas, o menor número comparativamente às semanas anteriores.

O quadro 82 indica que os estudantes continuaram a abordar, essencialmente temas da Vida Social (62.8%). Nesta semana Outros temas foram mais abordados (21%) que nas semanas anteriores. Os Aspectos Académicos (15.6%) e Relacionamento (0.9%) formam os temas menos abordados.

**Quadro 82. Observações no Facebook. Temas abordados no Facebook; ECT.
Semana de 24 de Maio a 31 de Maio**

Sujeito (ECT)	24 de Maio a 31 de Maio								TOTAL %	
	Temas abordados no Facebook									
	Relacionamento %		Aspectos Académicos %		Vida Social %		Outros %			
S11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S12	0	0	1	0.9	0	0	0	0	1	0.9
S13	0	0	0	0	4	3.7	0	0	4	3.7
S14	0	0	0	0	14	13	3	2.8	17	15.7
S15	0	0	1	0.9	15	13.8	3	2.8	19	17.6
S16	0	0	4	3.7	23	21.3	3	2.8	30	27.8
S17	1	0.9	2	1.8	6	5.5	11	10.9	20	18.5
S18	0	0	1	0.9	0	0	1	0.9	2	1.8
S19	0	0	0	0	2	1.8	1	0.9	3	2.8
S20	0	0	8	7.4	4	3.7	0	0	12	11.1
Total	1		17		68		22		108	
%	0.9		15.6		62.8		21		100	

Os estudantes que apresentaram um maior número de interações foram o S16 (27.8%), o S17 (18.5%) e S15 (17.6%). O estudante S16 aumentou, essencialmente, o número de abordagens aos temas da Vida Social (21.3%) e o estudante S17 aumentou as abordagens aos Aspectos Académicos (1.8%) e a Outros

temas (10.9%), comparativamente à semana anterior. O quadro indica também que S15 diminuiu as abordagens à Vida Social (13.8%), aumentando a abordagem a Outros temas (2.8%).

Relativamente a estes dados, autores (Bicen e Cavus, 2011) indicam que os estudantes passam um espaço de tempo significativa a utilizar o Facebook.

Os dados confirmam a visão de Grosseck, et al., (2011), de que os conteúdos académicos são os menos procurados no Facebook, assim como que o Facebook tem poucas utilizações com fins educativos, utilizando-o os estudantes essencialmente para manter contacto com pessoas conhecidas e divulgar informações acerca de si (Hew, K., 2011).

Capítulo VII - Conclusão

Depois dos resultados apresentados, analisados, interpretados e discutidos, chegámos à conclusão que o Facebook é uma rede social cada vez mais utilizada, onde os estudantes encontram fáceis formas de comunicarem, interagirem e partilharem os seus conhecimentos.

Os nossos resultados indicam que os estudantes acedem com regularidade à Informação pelo Facebook, e de forma a estarem actualizados relativamente às notícias, amigos e ao mundo no geral.

Os nossos resultados indicaram que os Conteúdos e as Funções são elementos importantes no Facebook, rede social que utilizam essencialmente para comunicar e interagirem com pessoas e amigos. Os estudantes utilizam a rede para contactarem e acederem à informação, nomeadamente à informação sobre pessoas, novidades, e informação sobre o Mundo. A rede social também é utilizada para reencontrar e aproximar pessoas distantes, conhecer pessoas novas, assim como ser um meio de companhia e interacção para quem está mais só. Muitos dos estudantes indica que começou a utilizar a rede devido à Influência de Terceiros.

A maioria dos estudos existentes, referem que a comunicação na Internet promove as relações sociais e proporciona o aumento da nossa rede de amizades (Howard, et al., 2001, citados por Castells, 2004). Os nossos dados revelaram que, para além do contacto, os estudantes utilizam também o Facebook para partilharem informações, como fotografias, vídeos e músicas. Estes resultados indicam que o Facebook permite que os estudantes interajam e partilhem os seus interesses com a sua rede de amigos, e esta realidade vai de encontro à perspectiva de Castells (2004) quando refere que a Internet tem um efeito positivo nas interacções, possibilitando o acesso a outros meios de comunicação. O recente estudo, de Grosbeck, et al., (2011), também demonstrou que os estudantes universitários utilizam o Facebook para estar, entre outros, em contacto com amigos e família e partilhar fotografias.

As observações realizadas aos dois grupos de estudantes, também apresentaram um número elevado de interacções, sobretudo nos estudantes de Ciências Sociais, onde os estudantes interagem essencialmente com pessoas do sexo feminino, talvez pela razão de a amostra ser constituída maioritariamente pelo sexo feminino. Os temas mais abordados pelos dois grupos de estudantes, durante as três semanas de observação, foram temas da Vida Social, o que confirma a literatura acima descrita.

Os resultados mostraram que os estudantes utilizam o Facebook também para actividades de Lazer como o Entretenimento, Diversão e Jogos. E procuram também os Grupos da rede social para estarem informados sobre notificações e divulgações de eventos. A maioria dos estudantes indica que se registou na rede por Curiosidade. Estes resultados revelam que o Facebook se caracteriza por ser versátil, possibilitando aos estudantes comunicar, partilhar informações, interagir e divertirem-se num mesmo espaço. Estes resultados são também partilhados pelo estudo de Baek, et al., (2011), que indicam que para além da partilha de informação, os utilizadores do Facebook também utilizam a rede social para colocar conteúdo de entretenimento, e como forma de passar o tempo.

A nível académico, estudos indicam que os conteúdos académicos são os menos procurados no Facebook (Grosseck, et al., 2011), assim como a utilização da rede social tem uma associação negativa com o *engagement* do aluno (Junco, 2011) e através dos nossos resultados, pudemos concluir que os estudantes não evidenciaram um número de referências significativo para os aspectos académicos, indicando apenas Emprego como um dos conteúdos mais importantes dessa área. Nas observações realizadas aos estudantes durante as três semanas, o tema Aspectos Académicos não foi o que apresentou um número de abordagens superior, pelo contrário apresentou sempre poucas abordagens pelos dois grupos de estudantes.

No entanto os estudantes referem, na sua maioria, que o Facebook tem benefícios académicos, essencialmente no Acesso à Informação e na troca de informação com colegas. Neste sentido, comparativamente ao estudo de Junco (2011), os nossos resultados indicam que os estudantes encontram aspectos na rede social Facebook que são importantes para a sua vida académica, no entanto não são os conteúdos mais procurados e partilhados. Assim, não podemos indicar se o Facebook tem consequências nas capacidades e performance académica dos estudantes, mas deixámos aqui a pertinência de um estudo dessa natureza para futuras investigações. Esta necessidade é também sentida noutros estudos (Bicen e Cavus, 2011).

Os resultados indicaram também que os estudantes das duas escolas de Ciências frequentam Diariamente a rede social, onde passam até meia hora do seu tempo. Este resultado foi verificado durante as observações realizadas nas três semanas aos estudantes, onde os dois grupos passaram, ao longo do período de observações, na sua maioria até meia hora. Estes dados são também observados no

estudo de Bicen e Cavus, (2011), onde indicam que os estudantes passam um espaço de tempo significativo a utilizar o Facebook.

A duração de tempo nas redes sociais é um aspecto bastante estudado pelos investigadores que, mesmo recentemente, se debruçaram sobre a pertinência das redes sociais na vida do ser humano. Um dos estudos indica que os utilizadores de Internet tendem a apresentar uma descida na sociabilidade (Di Maggio, et al., 2001, citados por Castells, 2004). Os nossos resultados indicaram que, mesmo os estudantes que utilizam mais o Facebook, continuam a realizar as suas actividades normais de vida social, como conviver, sair, ir ao café, estar com os amigos, ouvir música, entre outros. No entanto, e à semelhança dos benefícios académicos, o presente estudo está limitado pelas respostas dos estudantes ao questionário, e seria também importante uma investigação futura acerca da relação existente entre o uso de redes sociais como o Facebook e a alteração na sociabilidade e quotidiano dos utilizadores. Ainda assim, os nossos resultados indicam que a maioria dos estudantes não alterou os seus hábitos sociais com a utilização do Facebook.

Por fim, grande parte dos estudantes avalia como positiva a rede social Facebook, evidenciando alguns aspectos onde a rede deveria melhorar como as questões de Privacidade.

No geral os estudantes mostraram ter consciência dos conteúdos que devem publicar na rede social, e quais os que devem salvaguardar.

O presente estudo obteve resultados satisfatórios, uma vez que os estudantes indicam a potencialidade da rede social para a promoção do seu conhecimento e do contacto com pessoas.

O Facebook mostrou ser um espaço onde os estudantes encontram várias actividades como a partilha de informação, a comunicação com pessoas distantes, entretenimento, pesquisa de conteúdo académico e troca de informações com outros estudantes.

Os estudantes utilizam com alguma frequência a rede social, no entanto a rede social não mostrou ser pejorativa para os seus hábitos sociais.

7.1. Limitações do Estudo

Com o desenvolvimento do presente estudo, encontrámos algumas limitações. Uma das limitações encontradas, prende-se com o método de recolha de dados, uma vez que encontrámos jovens universitários que não se demonstraram disponíveis para dar o seu contributo para esta investigação, o que acabou por se revelar na homogeneidade de género dos participantes da amostra da mesma.

Outra limitação que encontrámos durante o processo da investigação, está relacionada com a verificação de algumas hipóteses de estudo, mais concretamente no que respeita aos contributos que o Facebook tem para os estudantes universitários, e as consequências práticas da utilização desta rede social no quotidiano dos jovens estudantes.

7.2. Sugestões para investigações futuras

Seria pertinente a realização de outros estudos acerca do Facebook, ou utilização da Internet no geral e a sua implicação para os estudantes universitários, assim como alargar a população alvo para crianças, jovens e seniores.

A literatura começa a dar alguns sinais da pertinência do estudo das redes sociais na vida do ser-humano, uma vez que são locais onde, actualmente, as pessoas passam uma considerável parte do seu dia, ou estão constantemente online, e ainda as redes sociais são espaços onde, cada vez mais, existe uma integração de todos os serviços que, actualmente, são essenciais para a vida social do Homem.

O presente estudo tem, para além dos objectivos iniciais de investigação, o intuito de despertar para uma consciencialização do crescente uso das tecnologias, e que estas devem ser consideradas aquando o estudo do desenvolvimento, aprendizagem e relações sociais do indivíduo.

Esta necessidade é, cada vez mais, indicada pela literatura, e, se por um lado existem autores como Bicen e Cavus (2011) que defendem que é pertinente a integração da rede social Facebook na educação e ensino, uma vez que é um espaço onde cada vez mais os estudantes passam o seu tempo; por outro lado existem autores que comprovam nos seus estudos (Roblyer, McDaniel, Webb, Herman & Witty, 2010) que os estudantes estão mais preparados para a utilização do Facebook do que a própria faculdade e indicam que estão mais receptivos à utilização da rede e

tecnologias similares como auxílio no trabalho escolar. Por sua vez os docentes ainda se sentem mais confortáveis com as tecnologias tradicionais como o 'e-mail'.

Consideramos, assim, que o presente estudo seja um incentivo para futuras investigações nesta área que, dentro da Psicologia no geral e na Psicologia da Educação em particular, ainda se encontra pouco explorada.

Pretendemos também, que os resultados obtidos neste estudo possam ser encarados como um indicador de mudanças para a eventual inserção das tecnologias no geral, e redes sociais em particular, no mundo académico, como forma de instrumento de aprendizagem e desenvolvimento social

Os resultados obtidos contribuem para um melhor entendimento da actividade dos jovens estudantes universitários nas redes sociais, nomeadamente o Facebook, e indicar quais os conteúdos que os estudantes mais partilham na rede social. Permitem também evidenciar a adesão e importância que o Facebook tem para a vida social, pessoal e, também académica dos universitários, assim como demonstra que os estudantes têm consciência da forma correcta de como devem utilizar estes serviços.

Os dados apresentados contribuem igualmente para uma perspectiva da forma de pensar e de ser dos estudantes universitários, de modo a poder ser uma ferramenta de trabalho para futuras investigações, e desenvolvimento de actividades específicas para esta população alvo.

Referências bibliográficas

- Alves, A. (1999). Ciências da Comunicação, Área Interdisciplinar. *Comunicação e Sociedade*, 12. Acedido em 1 de Setembro de 2011 em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7961>.
- Alves, A. (2006). Comunicação, Interdisciplinaridade Obrigatória. In *Conferência no 11º Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa*, Lisboa, 14 a 15 Nov.. 2000. Acedido em 1 de Setembro de 2011 em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5667>.
- Andrea, D., Shaw, A. e Levine, T. (2010). Online Language: The Role of Culture in Self- Expression and Self Construal on Facebook. *Journal of Language and Social Psychology*, 18, Disponível em: <http://jls.sagepub.com/content/early/2010/08/09/0261927X10377989>.
- Bacelar, J. (1999). *Apontamentos sobre a história e desenvolvimento da impressão*. Universidade da Beira Interior.
- Baek, K., Holton, A., Harp, D. e Yaschur, C. (2011). The links that bind: Uncovering novel motivations for linking on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27, 2243-2248. Disponível em <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211001415>
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo Lisboa*: Edições 70
- Berlo, D. (1999). *O Processo de Comunicação: introdução à teoria e à prática*. São Paulo: Livraria Martins Fontes.
- Bicen, H. e Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 28, 943–947. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811026139>.
- Bordenave, J. (1991). *O que é a Comunicação?*. São Paulo: Editora Brasiliense.

- Boyd, D. & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>
- Carpenter, C. (2011). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences* 52, 482-486. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886911005332>
- Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet: Reflexões sobre a Internet, Negócios e Sociedade*. (pp.15-34/145-166). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Costa, P. (2009). *Esboços de uma percepção Cyborg: Ligações entre jovens portugueses e o social net-working Hi5*. Dissertação de Mestrado não Publicada, Universidade do Minho, Portugal. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9878>
- Coutinho, C. (2008a). Del.icio.us: uma ferramenta da Web 2.0 ao serviço da investigação em educação. *Educação, Formação & Tecnologias*, 1, 104-115. Universidade do Minho. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7883>.
- Coutinho, C. (2008b). Tecnologias Web 2.0 na Escola portuguesa: Estudos e Investigações. *Revista Científica de Educação à Distância*, 1, 1982-6109. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8530>
- Coutinho, C. (2008c). Web 2.0: uma revisão integrativa de estudos e investigações. In *Actas do Encontro sobre Web 2.0*, Braga, 2008. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8462>
- Cruz, S. (2009). *Proposta de um Modelo de Integração das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Práticas Lectivas: o aluno consumidor crítico a produtor de informação online*. Tese de Doutoramento não Publicada, Universidade do Minho, Portugal. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/10678>

- Donath, J. (1999). Identity and deception in the virtual community. *Community in Ciberspace*. London and New York: Routledge
- Facebook. (2012). Company Info: Keys Facts. *Newsroom*. Disponível em: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>
- Füssel, S. (2001). Gutenberg and Today's Media Change. *Publishing Research Quarterly*, 16, 3-5. Disponível em: <http://www.springerlink.com/content/gcy3c4h4af1v3qat/>
- Garcia, L. (2003). *Concepção, Implementação e teste de um Sistema de Apoio à Comunicação Aumentativa e Alternativa para o Português Europeu*. Dissertação de Mestrado. Universidade Técnica de Lisboa. Instituto Superior Técnico, Portugal. Disponível em: <http://purl.pt/5488/1/>
- Garton, L., Haythorthwaite, C. e Wellman, B. (1997). Studying Online Social Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x/abstract>
- Gaspar, P. (2004). O Milénio de Gutenberg: do desenvolvimento da Imprensa à popularização da Ciência. Dissertação de Mestrado, *Universidade de Aveiro, Portugal*. Disponível em: <http://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/112>
- Grosseck, G., Bran, R. e Tiru, L. (2011). Dear teacher, what should I write on my Wall? A case study on academic uses of Facebook. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 15, 1425-1430. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281100485X>
- Ghiglione, R. e Matalon, B. (1993). *Teoria e prática*. Oeiras: Celta Editora.
- Halliday, M. (1992). *New Ways of Meaning: A Challenge to applied Linguistics*. In Martin Pütz (Ed.). *Thirty Years of Linguistic Evolution: Studies in Honour of Rene Dirven on the Occasion of his Sixtieth Birthday* (pp. 59-95). Philadelphia/ Amsterdam: John Benjamins.

- Hew, K. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27, 662-676. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210003651>
- Jorge, N. & Morgado, L. (2010). Contextos de aprendizagem 2.0: a utilização de ferramentas Web 2.0 para uma aprendizagem em contexto. *Revista Iberoamericana de Informática Educativa*, 12, 3-13. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/1725>
- Junco, R. (2011). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58, 162-171. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131511001825>
- Junior, N. (1998). Comunicação, mídia e Cultura. *São Paulo em Perspectiva*, 12. Disponível em: http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_02.pdf
- Kalinke, M. (2003). *Internet na Educação, como, quando, onde, porquê*. Curitiba: Expoente.
- KirkPatrick, D. (2011). *O Efeito Facebook*. Lisboa: Edição Babel.
- Kleinrock, L. e Schwartz, M. (2010). An Early History of The Internet. *History of Communications*, 48, 26- 36. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1861764.1861769>
- Lewis, K., Kaufman, J., Gonzalez, M., Wimmer, A. e Christakis, N. (2008). Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com. *Social Networks*, 30, 330-342. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378873308000385>
- Lisbon Internet and Network Institute. (2010). *A Utilização de Internet em Portugal*. Acedido em 12 de Novembro de 2011 em: http://www.lini-research.org/np4/?newsId=14&fileName=Relat_rio_UMIC_Final.pdf

- Lisbôa, E., Junior, J. e Coutinho, C., (2009). Análise das Comunidades “Web 2.0” na Rede Social Orkut. *Revista Científica de Educação à Distância*, 2, 1982-6109. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9961>
- Lucas, W. (1998). Effects of E-mail on the Organization. *European Management Journal*, 16, 18-30. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237397000704>
- Markttest, (2011), *Os Portugueses e as Redes Sociais 2011. Portugal*. Disponível em: http://www.markttest.com/wap/private/images/Logos/redes_sociais_folheto2.pdf
- Mayr, E. (1999). O Impacto de Darwin no Pensamento Moderno: *Scientific American História*, 7.
- McHulan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. London and New York. Disponível em: <http://beforebefore.net/80f/s11/media/mcluhan.pdf>
- Moore, K. e McElroy, J. (2011). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior* 28, 267-274. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211002020>
- Nadkarni, A. e Hofmann, S. (2011). Why do people use Facebook?. *Personality and Individual Differences*, 52, 234-249. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886911005149>
- Ong, E. et al. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents’s self-presentation on Facebook: *Personality and Individual Differences*, 50, 180-185. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886910004654>
- Patrício, M. e Gonçalves, V. (2010). *Utilização Educativa do Facebook no Ensino Superior*. Instituto Politécnico de Bragança. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2879/4/7104.pdf>

- Peltzer, G. (1991) *Jornalismo Iconográfico*. Lisboa: Planeta.
- Perles, J. (2007). *Comunicação: conceitos, fundamentos e história*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>
- Porto Editora. (2011). *Dicionário da Língua Portuguesa*. Porto: Porto Editora.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9. Disponível em: <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>
- Primo, A. (2003). *Interacção mediada por computador: a comunicação e a educação à distância segundo uma perspectiva sistémico-relacional*. Tese de Doutoramento, Universidade do Rio Grande do Sul, Brasil
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina,
- Roblyer, M.D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J. e Witty, J. (2010). Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. *The Internet and Higher Education* 13, 134-140. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1096751610000278>
- Rocha, M. (2009). Formação e Transição para o Mundo do Trabalho através das Tecnologias da Informação e Comunicação: As novas desigualdades de género. In *Actas do Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*, 10. Universidade do Minho, Braga, 2009 (1495-1509). Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/1007>
- Ryan, T. e Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658-1664. Disponível em <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211000379>

Santos, A. (2010). *A Integração em grupos no Second Life® e o processo de aprendizagem*. Dissertação de Mestrado não Publicada, Universidade de Aveiro, Portugal. Disponível em: <http://biblioteca.sinbad.ua.pt/teses/2010000840>

Silva, S. (2009). *A Relação dos Jovens com os Média*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, Portugal. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2067/1/21645_ulfp034619_tm.pdf

Vasconcellos, J. (1886). *A Evolução da Linguagem: Ensaio Anthropológico*, Porto: Typographia Occidental, Disponível em: <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/16417>

ANEXOS

Anexo 1

Guião para a entrevista aos estudantes universitários

O Facebook e os estudantes universitários – função, interações e contributos da rede social

Questionário

Nome _____

Idade _____

Curso _____ Ano _____

1. O que pensas sobre o Facebook?
2. Quais achas que são as funções desta rede?
3. Que tipo de conteúdos consideras importantes no Facebook? Porquê?
4. Há quanto tempo és utilizador do Facebook?
5. Qual o motivo porque te registaste na rede social?
6. Com que frequência acedes ao Facebook?
7. Durante quanto tempo?
8. Diariamente/Semanalmente, quantas vezes?
9. Para que usas o Facebook?
10. Que coisas é que a rede social te permite fazer?
11. Porque é que achas que tantas pessoas utilizam o Facebook?
12. Que contributos consideras que, uma rede deste tipo, tem para as pessoas? Porquê? Que tipo de informações?

- 13. Alteraste hábitos depois de te teres tornado utilizador?**
- 14. Como são os teus hábitos sociais?**
- 15. Costumas estar com os teus amigos com que frequência?**
- 16. Conheces, pessoalmente, os amigos que tens no Facebook?**
- 17. És utilizador de outras redes sociais? Quais?**
- 18. Quais são, para ti, as vantagens desta rede? Porquê?**
- 19. E as limitações e desvantagens? Porquê?**
- 20. Que tipo de informação deve ser publicada?**
- 21. E que tipo de informação consideras que não deve ser publicada?
Porquê?**
- 22. Para ti, quais os aspectos em que a rede poderia melhorar? Porquê?**
- 23. Enquanto estudante, a rede social tem algum benefício? Porquê?**

Anexo 2

Grelha de Análise – O Facebook e os estudantes Universitários

TEMA I – Caracterização do Facebook

I.1. Definição do que é o Facebook

- I.1.1. Rede de Comunicação
- I.1.2. Rede Versátil
- I.1.3. Maior número de membros
- I.1.4. Moda
- I.1.5. Informação actualizada
- I.1.6. Protesto
- I.1.7. Rede Influyente
- I.1.8. Rede Útil

I.2. Funções do Facebook

- I.2.1. Função Pessoal
- I.2.2. Função Social

I.2.1. Função Pessoal

- I.2.1.1. Contacto Escrito
- I.2.1.2. Contacto Directo
- I.2.1.3. Organização Pessoal
- I.2.1.4. Entretenimento/Diversão

I.2.2. Função Social

- I.2.2.1. Contacto/Interacção com amigos
- I.2.2.2. Contactos Profissionais
- I.2.2.3. Contacto/Interacção entre pessoas
- I.2.2.4. Partilha de Informação
- I.2.2.5. Movimentos sociais

I.3. Conteúdos relevantes no Facebook

- I.3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal
- I.3.2. Conteúdos de Carácter Social

I.3.3. Conteúdos de Carácter Profissional/Emprego

I.3.1. Conteúdos de Carácter Pessoal

- I.3.1.1. Perfil
- I.3.1.2. Exprimir ideias
- I.3.1.3. Partilhar Fotografias/Vídeos/Músicas
- I.3.1.4. Conhecimento/Actualização

I.3.2. Conteúdos de Carácter Social

- I.3.2.1. Contacto/Interacção com amigos
- I.3.2.2. Comunicação/Informação
- I.3.2.3. Lazer/Jogos
- I.3.2.4. Eventos/Aniversários/Grupos

I.4. Atitude Avaliativa

- I.4.1. Positiva
- I.4.2. Negativa

TEMA II – Funcionalidade do Facebook

II.1. Utilizador do Facebook em Geral

- II.1.1. Interacção/Comunicação
- II.1.2. Informação
- II.1.3. Contactos/Conhecimentos
- II.1.4. Pertença a Grupos
- II.1.5. Moda/Popularidade
- II.1.6. Impacto Pessoal

II.1.2. Informação

- II.1.2.1. Acesso à Informação/Novidades
- II.1.2.2. Acesso à Informação/Novidades particulares de pessoas
- II.1.2.3. Meio de Propagar Informação

II.1.6. Impacto Pessoal

- II.1.6.1. Interacção
- II.1.6.2. Distracção
- II.1.6.3. Solidão/Refúgio
- II.1.6.4. Adição
- II.1.6.5. Narcisismo

II.2. Contributos do Facebook no Geral

- II.2.1. Informação
- II.2.2. Grupos
- II.2.3. Aspectos Sociais
- II.2.4. Poupança de Recursos
- II.2.5. Alargar conhecimentos Informáticos

II.2.1. Informação

- II.2.1.1. Informação Geral
- II.2.1.2. Informação sobre as pessoas
- II.2.1.3. Informação sobre o Mundo
- II.2.1.4. Informação sobre Instituições/Empregos
- II.2.1.5. Informação sobre Interesses académicos
- II.2.1.6. Partilha de Informação
- II.2.1.7. Discussões Temáticas

II.2.2. Grupos

- II.2.2.1. Associar Grupos/Pessoas
- II.2.2.2. Notificações e Divulgação de Grupos/Eventos

II.2.3. Aspectos Sociais

- II.2.3.1. Comentar com pessoas do Mundo
- II.2.3.2. Conhecer pessoas novas
- II.2.3.3. Reencontro/Aproximar pessoas
- II.2.3.4. Companhia/Interacção

II. 3. Aspectos a melhorar na Rede

- II.3.1. Rapidez de serviço
- II.3.2. Diminuição de “Bloqueios”
- II.3.3. Privacidade
- II.3.4. Segurança
- II.3.5. Visualização de Conteúdo
- II.3.6. Utilização de Conteúdos
- II.3.7. Bloqueio de Utilizadores
- II.3.8. Idade de Registo
- II.3.9. Aplicações/Notificações
- II.3.10. Denúncias
- II.3.11. Definições
- II.3.12. Nada a melhorar

TEMA III – Utilização do Facebook

III.1. Registo no Facebook

- III.1.1. Menos de um ano
- III.1.2. Um ano
- III.1.3. Um ano e meio
- III.1.4. Dois anos
- III.1.5. Mais de dois anos

III.2. Motivo de Registo

- III.2.1. Motivos Pessoais
- III.2.2. Motivos Sociais
- III.2.3. Motivos Profissionais
- III.2.4. Sem motivo

III.2.1. Motivos Pessoais

- III.2.1.1. Curiosidade
- III.2.1.2. Lazer/Diversão
- III.2.1.3. Novidades/Informação

III.2.2. Motivos Sociais

- III.2.2.1. Encontrar novos amigos
- III.2.2.2. Contacto com amigos distantes
- III.2.2.3. Influência de Terceiros

III.3. Frequência de Acesso na Utilização

- III.3.1. Frequência de Acesso
- III.3.2. Regularidade de Acesso
- III.3.3. Tempo de Acesso
- III.3.4. Alteração de Hábitos

III.3.1. Frequência de Acesso

- III.3.1.1. Diariamente
- III.3.1.2. Algumas vezes
- III.3.1.3. Semanalmente/Quinzenalmente
- III.3.1.4. Raramente

III.3.2. Regularidade de Acesso

- III.3.2.1. Muitas vezes
- III.3.2.2. Algumas vezes

III.3.3. Tempo de Acesso

- III.3.3.1. Até meia hora
- III.3.3.2. Até uma hora
- III.3.3.3. Até duas horas
- III.3.3.4. Mais que duas horas
- III.3.3.5. Tempo variável

III.3.4. Alteração de Hábitos

- III.3.4.1. Alterou
- III.3.4.2. Não alterou

III. 4. Motivo de Utilização

- III.4.1. Contactos
- III.4.2. Socializar

- III.4.3. Partilhar Conteúdos
- III.4.4. Visualização de Informação
- III.4.5. Jogar/Diversão
- III.4.6. Passar o Tempo

III.4.1. Contactos

- III.4.1.1. Amigos
- III.4.1.2. Colegas
- III.4.1.3. Professores
- III.4.1.4. Novos Contactos

III.5. Potencial da Rede

- III.5.1. Potencialidade Pessoal
- III.5.2. Potencialidade Social
- III.5.3. Potencialidades de Lazer

III.5.1. Potencialidade Pessoal

- III.5.1.1. Postar Fotografias
- III.5.1.2. Postar Vídeos/Músicas
- III.5.1.3. Acesso/Partilha de Informação

III.5.2. Potencialidade Social

- III.5.2.1. Falar com amigos
- III.5.2.2. Reencontrar Pessoas
- III.5.2.3. Conhecer pessoas novas
- III.5.2.4. Socializar
- III.5.2.5. Discutir/Comentar informação
- III.5.2.6. Criação de Grupos/Eventos

III.5.3. Potencialidades de Lazer

- III.5.3.1. Jogar
- III.5.3.2. Aplicações
- III.5.3.3. Distracções

III.6. Vantagens da Rede

III.6.1. Vantagens Sociais

III.6.2. Possibilidade de Encontrar Emprego

III.6.3. Conteúdo

III.6.4. Características

III.6.1. Vantagens Sociais

III.6.1.1. Facilidade de Contacto com Pessoas

III.6.1.2. Facilidade de Encontrar Pessoas

III.6.1.3. Conhecer pessoas/Socializar

III.6.1.4. Facilitador/Promotor de Comunicação

III.6.3. Conteúdo

III.6.3.1. Acesso à Informação

III.6.3.2. Partilha de conteúdos

III.6.3.3. Discussão de assuntos

III.6.4. Características

III.6.4.1. Número elevado de Utilizadores

III.6.4.2. Fácil Acesso

III.6.4.3. Versatilidade

III.6.4.4. Entretenimento/Ocupação de tempo

III.7. Desvantagens da Rede

III.7.1. Falta de Segurança

III.7.2. Utilização

III.7.3. Características

III.7.4. Sem Desvantagens

III.7.1. Falta de Segurança

III.7.1.1. Falta de Privacidade

III.7.1.2. Sem limite de idade do utilizador

III.7.1.3. Intrusão aos dados pessoais

III.7.2. Má Utilização

III.7.2.1. Passar mais tempo na rede

III.7.2.2. Exibicionismo

III.7.3. Características

III.7.3.1. Identificação de Fotografias

III.7.3.2. Ausência de 'Não gosto'

III.7.3.3. Rede lenta

III.7.3.4. Rede a melhorar

III.8. Benefícios Académicos

III.8.1. Tem Benefícios Académicos

III.8.2. Não tem Benefícios Académicos

III.8.1. Tem Benefícios Académicos

III.8.1.1. Informações sobre o curso

III.8.1.2. Informações sobre a Universidade

III.8.1.3. Informação no Geral

III.8.1.4. Informações entre colegas

III.8.1.5. Informações com professores

III.8.1.6. Possibilidade de Estágio e Emprego

III.8.1.7. União entre estudantes

III.8.1.8. Contacto com antigos colegas

III.8.1.9. Contacto com semelhantes

TEMA IV – Aspectos Sociais

IV.1. Hábitos Sociais

IV.1.1. Convívio

IV.1.2. Actividades Exteriores

IV.1.3. Entretenimento

IV.1.4. Actividades Gerais

IV.1.5. Conversar no Facebook

IV.1.6. Fazer vida Normal

IV.1.1. Convívio

- IV.1.1.1 Convívio directo
- IV.1.1.2. Estar com amigos
- IV.1.1.3. Conversar
- IV.1.1.4. Integrar
- IV.1.1.5. Ir à casa de amigos

IV.1.2. Actividades Exteriores

- IV.1.2.1 Sair
- IV.1.2.2. Ir ao Café
- IV.1.2.3. ir ao Cinema
- IV.1.2.4. Ir à Discoteca
- IV.1.2.5. Passear
- IV.1.2.6. Ir às aulas/Estudar

IV.1.3. Entretenimento

- IV.1.3.1 Divertir
- IV.1.3.2. Ver Futebol
- IV.1.3.3. Ver Televisão
- IV.1.3.4. Ouvir Música

IV.2. Frequência de Contacto Directo

- IV.2.1. Diariamente
- IV.2.2. Muita frequência
- IV.2.3. Alguma frequência
- IV.2.4. Sempre que possível

IV.3. Amigos no Facebook

- IV.3.1. Conhece pessoalmente
- IV.3.2. Conhece quase todos
- IV.3.3. Amigos íntimos/próximos
- IV.3.4. Conhecidos 'de vista'

IV.4. Utilização de outras redes

IV.4.1. Utiliza outras redes sociais

IV.4.2. Não utiliza outras redes sociais

IV.4.1. Utiliza outras redes sociais

IV.4.1.1. Hi5

IV.4.1.2. MySpace

IV.4.1.3. Tagged

IV.4.1.4. Badoo

IV.4.1.5. LinkedIn

IB.4.1.6. Psudadardkbb

TEMA V – Privacidade

V.1. Informação que deve ser publicada

V.1.1. Informação Básica

V.1.2. Interesses

V.1.3. Informação Impessoal

V.1.4. Informação Profissional

V.1.5. Informação Não Prejudicial

V.1.6. Informação Importante

V.1.7. Informação que todos possam ver

V.1.8. Cada um deve saber

V.2. Informação que não deve ser publicada

V.2.1. Informação Pessoal

V.2.2. Informação desnecessária

V.2.3. Informação detalhada

V.2.4. Cada um deve saber

V.2.1. Informação pessoal

V.2.1.1. Informação privada

V.2.1.2. Localização

V.2.1.3. Contactos

V.2.1.4. Fotografias Privadas

V.3. Motivo da não publicação

V.3.1. Segurança

V.3.2. Privacidade

V.3.3. Irrelevância

