Parte 1 – Facebook potenciais sociotécnicos e educacionais, espaço de subjetivação, sociabilidade e diferença

Facebook e novas sociabilidades: contributos da investigação

Lúcia Amante

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

AMANTE, L. Facebook e novas sociabilidades: contributos da investigação. In: PORTO, C., and SANTOS, E., orgs. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, pp. 27-46. ISBN 978-85-7879-283-1. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

PARTE 1

FACEBOOK

POTENCIAIS SOCIOTÉCNICOS E
EDUCACIONAIS, ESPAÇO DE
SUBJETIVAÇÃO, SOCIABILIDADE E
DIFERENÇA

Facebook e novas sociabilidades¹

contributos da investigação

Lúcia Amante

Introdução

Sabemos, diz-nos Castells (2005, p. 17) “que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade. Com efeito, acrescenta este autor, A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias”. Neste sentido, refere ainda a sensibilidade particular das tecnologias da comunicação e da informação aos usos sociais das próprias tecnologias e aos seus efeitos.

Assim, a sociedade em rede e a tecnologia que lhe está associada, não constitui uma força independente, que destrói tudo o que dantes tinha um toque humano, na visão dos intelectuais tradicionais, ou algo que, na visão oposta, tudo melhora, associando a tecnologia à criatividade e realização plena do ser humano.

¹ Este texto foi publicado nas Atas da VII Conferência Internacional de TIC na Educação. Centro de Competência TIC do Instituto de Educação da Universidade do Minho: Braga, Portugal, 2013.

Ao nível da sociabilidade a sociedade em rede é por vezes acusada de levar ao isolamento dos indivíduos, a um menor contacto face a face, no entanto, a investigação mostra exactamente o contrário

a maior parte das vezes os utilizadores de Internet são mais sociáveis, têm mais amigos e contactos e são social e politicamente mais activos do que os não utilizadores. Além disso, quanto mais usam a Internet, mais se envolvem, simultaneamente, em interacções, face a face, em todos os domínios das suas vidas. (CASTELLS, 2005, p. 23).

Enquanto, anteriormente as pesquisas revelavam que as redes de relações que existiam na net, diziam respeito a pessoas que não se conheciam, formando comunidades de interesses, para lá da sua localização geográfica e conhecimento prévio, onde se assumia uma direcionalidade *online* para *offline*, (PARKS and FLOYD, 1996) atualmente o fenómeno das redes sociais tem alterado este panorama. Por norma, os utilizadores estabelecem preferencialmente relação com pessoas que fazem previamente parte do seu mundo *offline*, (LAMPE, et al. 2006), ainda que estabeleçam também novos contactos.

Assim, compreender a vida social na contemporaneidade requer considerar o estudo das redes sociais *online* já que estas alteraram profundamente nos últimos anos a forma como milhões de pessoas se comunicam e partilham informação entre si. Neste âmbito, sendo o facebook a rede mais popular (KREUTZ, 2009) e mais disseminada, impõe-se como uma fonte privilegiada de informação aos estudiosos desta área.

A história de sucesso do Facebook

A história de criação do facebook é actualmente bastante conhecida, para o que em muito contribuiu a sua abordagem no cinema em 2010 com o filme *A rede Social* (The social network) de David Fincher, onde se conta o essencial da história verídica da criação desta rede social inicialmente designada *Thefacebook*.

Criado em 2004 por um grupo de jovens universitários de Havard (Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes), visava criar um espaço no qual as pessoas se encontrassem, compartilhassem opiniões e fotografias visando, no início criar uma rede de comunicação apenas para os estudantes da própria Universidade. Todavia, em poucos meses a rede expandiu-se entre as universidades americanas, conectando jovens de mais de 800 instituições (ARRINGTON, 2005). A sua popularidade cresceu e em menos de um ano já tinha 1 milhão de utilizadores ativos.

Em 2005 ultrapassa as fronteiras americanas e no início de 2006, algumas empresas e estudantes do ensino não superior passam a ter acesso a esta rede. Em setembro desse mesmo ano, o Facebook foi aberto a quem se quisesse registrar, mantendo apenas a restrição (teórica) da idade mínima de treze anos. No final de 2011, a rede social de Zuckerberg ultrapassou o Orkut, até então a maior rede do social do Brasil. Em Dezembro de 2012 a rede social ultrapassou 1.060 milhões de utilizadores mensais ativos, sendo 680 milhões utilizadores que usam acesso móvel. Por dia, o número de utilizadores médio ativo, ronda os 618 milhões. Trata-se pois de um fenómeno único que se configura como a maior rede social do mundo (FACEBOOK, 2012).

Entre nós, o recente estudo da Marktest Consulting, *Os Portugueses e as Redes Sociais 2012* aponta que entre os utilizadores destas (3 milhões) 96.7% referem possuir perfil no Facebook, situando-se este valor a grande distância dos registados nas restantes redes mais populares (Hi5, 42,7% e Youtube, 35,8%).

Características

Ao criar um perfil no facebook são disponibilizados campos para diferentes informações. O quadro informação básica inclui informação sobre género, data de nascimento, idiomas, ideologia política e crença religiosa. O campo trabalho/formação permite inserir a pertença institucional a nível profissional e a(s) instituição(es) de formação académica. É ainda possível referir o status de relacionamento, a naturalidade e a residência atual. O campo “Sobre ti” deixado em aberto, permite ao utilizador realizar uma auto-descrição. A este junta-se o campo citações preferidas e o campo relativo a contatos onde pode ser indicado apenas o endereço de e-mail, ou muitos outros dados. Há, pois, um conjunto de referências pessoais que podem ser inscritas nestes campos, permitindo traçar um perfil do utilizador mais ou menos detalhado, consoante a opção tomada por este já que estes campos não são de preenchimento obrigatório.

Ao aderir a esta rede cada utilizador pode procurar por quem quiser e ter acesso ao seu perfil. A partir desta procura pode enviar um convite para adicionar essa pessoa à sua lista de contatos, passando através de um hiperlink a integrar a lista de “amigos” de ambos os utilizadores caso o convite seja aceite. Para além destas ligações a sujeitos individuais há a possibilidade de se ligar a grupos, ou tornar-se fã de páginas de celebridades, clubes desportivos, ou outras organizações. Há assim a possibilidade de criar uma rede de contactos em função dos interesses comuns dos utilizadores.

As formas de comunicação que são facultadas podem assumir a forma de mensagens privadas, ou públicas, através do mural, onde para além de texto é possível anexar fotos, clips de vídeo ou música. Estes posts podem ser comentados pelos “amigos”. Além destas funções, o facebook disponibiliza um calendário de aniversários, que emite alertas sobre os aniversários da lista de amigos, bem como um calendário de eventos, que informa sobre a data e local do mesmo, permitindo igualmente convidar os “amigos” para

participarem no mesmo. Um conjunto de jogos constituem uma vertente específica de entretenimento nesta rede social, entre eles a *Farmville*, *Mob wars*, entre outros.

De referir ainda a possibilidade de comunicação síncrona, através da troca de mensagens instantâneas usando a função de chat.

Motivos de uso do Facebook

As razões que levam as pessoas, designadamente os jovens, a usar o facebook são amplamente discutidas na literatura. De entre o conjunto de razões invocadas, destaca-se como principal manter as relações já existentes, ou seja manter o contato com os amigos, sendo também usado para solidificar relações que de outro modo se perderiam (LAMPE, et al. 2006; ELLISON et al. 2007; SHELDON, 2008; LEWIS & WEST, 2009; MADGE et al. 2009; OPHUS & ABBITT, 2009; PEMPEK & et al. 2009).

Com efeito, o desenvolvimento da pesquisa sobre o comportamento dos jovens nas redes, mostra que os mundos *online* e *offline* parecem, cada vez mais, encontrarem-se ligados (IGARASHI, TAKAI & YOSHIDA, 2005; MCMILLAN & MORRISSON, 2008; SUBRAHMANYAM et al. 2008). Evidencia-se que os utilizadores das redes sociais trarão assuntos e pessoas dos seus mundos *offline* para os mundos *online*. Esta perspectiva contrasta com a dos que consideram que a internet permite aos utilizadores apresentarem “eus” *online* diferentes dos “eus” *offline* (BYAM, 1995; TURKLE, 1995; MCKENNA & BARGH, 2000;).

Em alguns estudos surgem, também, outros motivos, mas menos frequentes, como conhecer novas pessoas, ser divertido, tornar-se mais popular, ocupar o tempo, expressar-se e autoapresentar-se, utilizar o facebook como instrumento gerenciador de tarefas (contactos, organizador de fotos, etc.), como instrumento de activismo estudantil, sendo ainda possível encontrar razões relacionadas com objetivos académicos (HEW, 2011), como mais à frente se apresentará.

Para lá desta questão, geralmente transversal a todos os estudos, encontramos depois pesquisas centradas em aspetos diferenciados, no que se refere à utilização do facebook e suas relações com o universo social, educacional e pessoal. Nesse âmbito, destacam-se, de acordo com a revisão de literatura que efetuamos, três grandes áreas, de que em seguida procuraremos dar conta.

Uso do Facebook e capital social

Como referido, a pesquisa realizada nesta área mostra que os jovens são motivados a aderir às redes sociais para manter contato com os amigos e reforçar os laços com novos conhecidos e não tanto para conhecer novas pessoas (ACQUISTI & GROSS, 2006; ELLISON et al, 2007). O uso das redes sociais tem pois implicações ao nível do capital social dos indivíduos.

Donath e Boyd (2004) colocavam a hipótese de que as redes sociais poderiam aumentar consideravelmente os designados “laços fracos” e mantê-los, porque a tecnologia permite facilmente sustentar essas ligações que criam alguma proximidade sem contudo implicarem um grande vínculo.

Neste âmbito, algumas pesquisas (ELLISON, et al, 2007; VALENZUELA, PARK & KEE, 2008) têm procurado aprofundar em que medida o uso do facebook permite promover ou manter o “capital social”, entendendo este conceito como o conjunto de recursos acumulados, ou benefícios, resultantes das relações e interações entre as pessoas. Considerando a definição de Bordieu e Wacquant (apud Ellison et al. 2006) entende-se como capital social *“the sum of the resources, actual or virtual, that accrue to an individual or a group by virtue of possessing a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition”* (BORDIEU e WACQUANT apud ELLISON et al, 2006, p. 1145).

Várias formas de capital social têm sido identificadas pelos investigadores. Putnam (2000) distingue entre capital social

“ponte” (bridging) e capital social “vínculo” (bonding) sendo o primeiro ligado ao que os pesquisadores da rede chamam de “laços fracos”. São laços soltos, conexões entre indivíduos que podem fornecer informações úteis ou novas perspectivas sobre cada um, mas que não constituem propriamente suporte emocional. Alternativamente, “o vínculo” encontra-se entre indivíduos fortemente ligados emocionalmente, referindo-se a relações próximas, como família e amigos íntimos.

No estudo de Ellison, Steinfield e Lampe (2007), os autores introduzem uma dimensão adicional de capital social que se relaciona com a capacidade de manter conexões válidas ao longo da vida e das suas alterações. Esta dimensão “manutenção do capital social” pode eventualmente ser favorecida pelo uso das ferramentas online, designadamente das redes sociais, permitindo aos indivíduos manterem contacto, mesmo depois de fisicamente se afastarem.

Concluem, neste estudo, que há uma relação positiva entre certos tipos de uso do Facebook e a manutenção e criação de capital social. Embora não podendo dizer o que precede o quê. O Facebook parece desempenhar um papel importante no processo através do qual os estudantes formam e mantêm o capital social, considerando os 3 tipos identificados (Bridging, Bonding; Maintained).

Assim, o facebook é usado para manter contacto com velhos amigos e manter ou intensificar relações caracterizadas por alguma forma de conexão *offline*. O facebook pode contribuir para tornar laços sociais latentes em laços fracos, através da informação que disponibiliza e a facilidade de interação que pode motivar o contato que de outro modo não existiria.

O uso do facebook tem menos impacto no *bonding* do que no *bridging* capital social. Assim, parece encorajar a criação de laços fracos mas não cria necessariamente as condições associadas à criação de laços fortes. Contudo é também importante para estes. Finalmente surge como relevante para perdurarr o capital social, funcionando como forma de manter contactos que de outro modo se perderiam (maintained).

No estudo de Valenzuela, Park e Kee (2009) desenvolvido com estudantes universitários do Texas procura-se também avaliar se o uso do facebook, está relacionado com atitudes e comportamentos que aumentam o capital social do sujeito. Considerando este construto multidimensional distinguem, de acordo com Scheufele e Shah (2000) três domínios: Intrapessoal, interpessoal e comportamental. O primeiro relaciona-se com a *satisfação com a vida*, já que, de acordo com dados de algumas pesquisas a satisfação com a vida é determinada, em parte, pelos laços sociais (KAHNEMAN; KRUEGER, 2006). O segundo relaciona-se com a confiança nos outros, considerando que a satisfação com a vida e a *confiança social* mantêm uma relação de interdependência/reciprocidade (INGLEHART, 1990; HELLIWELL; PUTNAM, 2004); O terceiro, o domínio comportamental, engloba a *participação cívica e política*, que abrange actividades coletivas de diferente natureza (cívicas e/ou políticas) a este nível.

Os resultados encontrados apontam para a inexistência de diferenças face a estas dimensões, entre os sujeitos que usam e não usam o facebook, à excepção da participação cívica, revelando os utilizadores do facebook uma maior participação cívica (não política) que os não utilizadores. Por seu turno, de entre os utilizadores, a intensidade de uso do facebook denotou uma relação positiva com as dimensões *confiança social* e, de forma mais acentuada, com a dimensão *satisfação com a vida*. Também ao nível da participação cívica se verificou existir uma associação positiva com a intensidade de uso do facebook, não verificada do mesmo modo no que se refere à participação política. No domínio da participação cívica e política ainda a assinalar que esta associação se revelou mais fraca nos estudantes brancos, do que nos estudantes não brancos.

Os dados confirmam, pois a existência de relações positivas entre a intensidade de uso do Facebook, a *satisfação com a vida*, *confiança social* e *participação cívica e política* dos alunos. Ainda que não se possa concluir que existe uma relação causal entre o uso do facebook e o nível de capital social, tanto mais que este é determinado por muitos outros

factores, como afirmam os autores: *It may well be that happy, trusting, civically and politically engaged students are more likely to join facebook* (VALENZUELA et al, 2009, p. 894). De fato os resultados contrariam os ciberpessimistas que advogam que o uso da Internet contribui para a diminuição do capital social dos indivíduos, isolando-os. As interações on-line não afastam necessariamente as pessoas do seu mundo offline, mas podem ser usadas para apoiar e/ou incrementar relações pré-existentes, mantendo as pessoas em contato.

Uso do Facebook e identidade

São vários os estudos sobre o uso do facebook que centram a sua atenção na forma como esta rede social funciona como expressão da identidade dos jovens. Considerando identidade como o processo através do qual os indivíduos partilham o seu “eu” com os outros (ALTHEIDE, 2000), constata-se que a definição da identidade no facebook ocorre, antes de mais, através dos elementos inseridos no perfil, constituindo-se o estudo destes perfis como um interessante campo de pesquisa sobre a autoapresentação num contexto social autêntico (WILSON et al, 2012). Com efeito, o Facebook é um cenário não anônimo ideal para examinar a construção da identidade em ambientes on-line, onde as relações são ancoradas em comunidades offline (LIVINGSTONE, 2008).

As redes sociais, designadamente o facebook, têm vindo a constituir-se como um espaço alternativo, onde se fazem e reforçam amizades e que, como espaço social que são, dão igualmente lugar a processos de construção de identidade dos jovens. Atualmente, estar nas redes sociais constitui uma forma de gerir a própria identidade, estilo de vida e relações sociais. Quando um jovem faz comentários positivos sobre os seus amigos, está a favorecer a possibilidade de também os seus amigos fazerem comentários positivos sobre si próprio. Desta forma, entre outras, assiste-se nestas redes

à co-construção de identidade, processo em que a relação com os pares assume particular relevância.

Uma das questões que surgem tratadas nas pesquisas realizadas a este nível relaciona-se com a apresentação de uma identidade verídica ou idealizada. Os resultados de alguns estudos mostram que os perfis apresentam dados de personalidade bastante precisos e reais sobre o perfil dos seus autores (BACK et al, 2010), ainda que possam surgir algumas marcas de auto aperfeiçoamento, relativamente à sua identidade *off-line* (ZHAO et al, 2008; WAGGONER, SMITH; COLLINS, 2009; WEISBUCH, IVCEVIC; AMBADY, 2009). Não será estranho a estes resultados, em parte, o fato de as relações existentes no facebook serem predominantemente as relações que os jovens mantêm em contexto offline, pelo que apresentações muito idealizadas ou falsas facilmente seriam denunciadas. A pesquisa de Zywicki e Danowsky (2008) revela que os utilizadores mais introvertidos e com mais baixa autoestima que gozam de menor popularidade *offline*, assumem procurar apresentar-se de forma mais positiva no facebook, ainda que não se comprove que estas estratégias de autopromoção são eficazes.

De acordo com Boyd (2008) apesar de existirem diferenças entre a identidade virtual adotada e o comportamento real dos usuários das redes sociais, constata-se que os adolescentes procuram mostrar o seu verdadeiro «eu» no universo online das Redes Sociais.

No estudo de Zhao e colaboradores (2008), visando analisar a auto-apresentação/construção de identidade na rede facebook refere-se que a existência de interactividade offline entre os elementos que usam a rede social, leva a que os utilizadores do facebook procurem articular a identidade online com a identidade offline.

O estudo em causa revela ainda que os jovens expressam a sua identidade usando diversas estratégias, a saber, “visual self”, “cultural self” e “narrative self”. A primeira, a mais frequente, recorre à publicação de um grande número de fotografias: ‘Watch me and know me by my friends’ (BORDIEU e WACQUANT apud ELLISON et al, 2006, p. 1825). A segunda, *cultural self*, diz respeito à

publicação de preferências e gostos, recorrendo a referências culturais que são adoptadas como auto-descrições: ‘See what I like/do/read/listen to’. A terceira estratégia, *narrative self* revela-se através da descrição personalizada quer sobre o aspeto físico quer sobre características da personalidade ‘About Me’ e corresponde à estratégia menos utilizada, de acordo com os resultados obtidos.

Os autores sublinham que, se é verdade que em contextos anónimos as pessoas têm tendência em “jogar” com a identidade, ou seja, ser outra pessoa que difere da sua própria na vida real, nos ambientes das redes sociais como o facebook, não anónimos, os utilizadores não “jogam” com a sua identidade, mas “transformam-se” naquilo que gostariam de ser realmente. A autoapresentação do “eu” no Facebook parece assim representar a identidade que o indivíduo aspira apresentar *off-line*. Uma espécie de “eu ideal”.

Sonia Livingstone (2008), que aborda o uso das redes sociais pelos jovens perspetivando questões de expressão pessoal associadas aos riscos e às oportunidades que oferecem, considera errado pensar que os adolescentes não se preocupam com sua privacidade; este conceito não está tanto ligado à divulgação de certos tipos de informação, mas sim ao controle da informação (quem sabe o quê sobre cada indivíduo);

Para esta autora o grupo de adolescentes que entrevistou na sua pesquisa qualitativa procura nas redes sociais uma oportunidade de auto-realização, (re)definindo a sua identidade e estabelecendo relações sociais e íntimas. Considera existirem diferentes fases de desenvolvimento que influenciam a forma como os adolescentes se posicionam nestes espaços. Uma dessas fases, associada habitualmente aos mais jovens, que estão a ter um primeiro contacto com as Redes Sociais, caracteriza-se pelo foco na identidade como algo para ser exibido aos outros – *identity of display*: os adolescentes desenvolvem, assim, a sua identidade através da recriação constante das suas páginas de perfil.

Numa outra fase, geralmente posterior, definida como *identity as connection*, os adolescentes, já mais velhos, tendem a preferir

Redes Sociais mais simplistas do ponto de vista visual, procurando estabelecer e desenvolver relações autênticas com os outros. Nesta fase o principal foco de desenvolvimento da identidade do jovem já não se centra tanto na exibição do seu perfil, mas sim na relação que estabelece com os pares.

Livingstone conclui que os adolescentes, sem comprometerem demasiado a sua privacidade, procuram mostrar o seu verdadeiro “eu” quando interagem no universo das Redes Sociais.

A natureza e quantidade dos elementos partilhados sobre si próprios relaciona-se com a consciente proteção da sua identidade e dos seus espaços de intimidade.

Uso do Facebook e contextos educativos

É frequente debater-se a importância de usar as redes sociais nos contextos de educação, designadamente na escola. Todavia, as pesquisas têm revelado que as interações com propósitos de aprendizagem, ou ligadas a usos educativos formais e ao contato com a Escola são muito restritas (PEMPEK et al, 2009; SELWYN, 2007; MADGE et al, 2009, OPHUS & ABBITT, 2009), o que poderá levar a questionar as frequentes proclamações sobre o papel do facebook como apoio ao envolvimento dos alunos nos processos educativos (HEW, 2011). Madge e outros autores (2009) com base na sua pesquisa com alunos do 1º ano de graduação, numa universidade do Reino Unido, concluem que o Facebook é um importante instrumento na integração social dos estudantes na universidade. Os estudantes revelaram perceber o uso do Facebook ligado essencialmente a razões sociais, e não com objectivos de ensino, ainda que por vezes seja usado informalmente com objectivos relacionados com assuntos académicos, como formar grupos de trabalho de projeto, ou resolver questões administrativas.

Também Selwyn (2007) numa pesquisa em que realizou análise de conteúdo das páginas de facebook de 612 estudantes

universitários, ao longo de 6 semanas, identificou diferentes tipos de interação relacionados com assuntos educacionais. Estas diferentes interações apontam para relatos de experiências vividas na universidade, troca de informação prática, troca de informação académica, críticas ou pedido de apoio/suporte social/emocional, e brincadeira.

Os dados mostram assim a existência de interações no campo educacional dentro da utilização global feita do facebook, mas que não se centram em questões de aprendizagem formal, centrando-se em outros aspetos da vida universitária, mas que não podem, todavia dissociar-se do contexto global em que ocorre a aprendizagem. Assim, o tipo de interações estabelecidas pode permitir aos alunos a liberdade de falar e discutir a universidade ou a escola numa espécie de bastidor que pode constituir uma contribuição vital para o sucesso do ensino *offline*. Para autores como Bugeja (2006) e Ziegler (2007) o Facebook oferece a oportunidade de voltar a envolver os alunos com sua formação universitária, promovendo um pensamento crítico sobre a aprendizagem que tem lugar na universidade. Neste sentido o Facebook poderá contribuir para motivar e envolver os estudantes tornando-os mais críticos e menos passivos, o que constitui um objetivo importante do ensino superior.

Admite-se, pois que, embora não se centrando no desenvolvimento de aprendizagens formais, o Facebook pode constituir um espaço importante para a aprendizagem informal e cultural sobre ser estudante universitário (SELWYN, 2007).

Nota final

O acesso online oferece toda uma nova área social, designadamente aos adolescentes e jovens. A Internet, e em particular as redes sociais, criaram um novo sistema de comunicação que é público, mas é também horizontal. São canais de comunicação

que não dependem de nenhuma instituição, nem são controlados pelos adultos. A comunicação que se estabelece na sociedade em rede ultrapassa assim a comunicação dos mass media tradicionais.

Como assinala Boyd (2008) os adolescentes usam as redes sociais como utilizam outros espaços públicos. Movimentam-se nesses espaços, fazem amizades, cometem erros, procuram a aprovação dos seus pares, testam os limites do mundo social.

O Facebook permite a autoexpressão através do perfil, ao mesmo tempo em que favorece múltiplas oportunidades para partilhar informações sobre a própria cultura, gostos, redes de amizade, filiação política, e outros aspectos que contribuem para a construção quer da identidade, quer das relações com os outros, desempenhando um papel importante em manter e desenvolver o capital social, podendo ainda ter reflexos nos contextos educacionais, independentemente da utilização específica destas ferramentas como espaços de aprendizagem formal.

A sociedade em rede surge como uma sociedade *hipersocial*, onde as tecnologias se integram no quotidiano ligando o mundo real ao virtual de tal modo que esta distinção, especialmente nos mais jovens, deixa mesmo de fazer sentido. Com efeito, para os jovens e adolescentes a rede social é a continuação da sua vida offline. Um e outro mundo são a mesma coisa, coexistem e fundem-se, sem qualquer distinção. Importa, no entanto, aprofundar não só a natureza destas interacções como perspectivar estes novos contextos, pesquisando em que medida estas novas formas de relacionamento e comunicação criam novos conceitos de sociabilidade, de participação, redesenham noções de privacidade e, para, além disso, redesenham muito provavelmente o nosso funcionamento social e mental.

Podem-se questionar o determinismo tecnológico, também a visão da tecnologia como meramente instrumentalista, pode ser questionada. Com efeito, os artefactos tecnológicos não são neutros e, como assinala Carr (2012), os avanços tecnológicos assinalam

pontos de viragem na história. Basta pensar na tecnologia do livro, que veio não só mudar as experiências pessoais de escrever e ler, como determinou um conjunto vasto de novas experiências sociais e educacionais, transformando o acesso ao conhecimento, e consequentemente, a natureza da educação. Como estão as redes sociais e a sua conectividade omnipresente a exercer o seu “determinismo”? A investigação na área em muito poderá ajudar a entender e aprofundar esta nova ecologia da comunicação e as suas implicações a diferentes níveis.

Referências

- ACQUISTI, A., & GROSS, R. **Imagined communities:** Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. Paper presented at the 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies, Cambridge, 2006.
- ALTHEIDE, D. L. Identity and the definition of the situation in a mass-mediated context. **Symbolic Interaction**, 23(1), 2000, p. 1-27.
- ARRINGTON, M. **85% of college students use Facebook.** Tech-Crunch, 2005. Disponível em: <<http://www.techcrunch.com/2005/09/07/85-of-college-students-use-facebook/>>. Acesso em: 19 mar. 2013.
- BOYD, D. Why Youth Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In **Youth, Identity, and Digital Media**, 2008, p.119-142.
- BUGEJA, M. ‘Facing the Facebook’ **The Chronicle of Higher Education**, 52, 21, January 27 th, 2006, p. C1.
- BYAM, N. K. (1995). The emergence of community in computer-mediated communication. In S. G. Jones (Ed.),

Cybersociety: Computer-mediated communication and community. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995, p.138-163.

CARR, N. **Os Superficiais** – O que a Internet está a fazer aos nossos cérebros. Lisboa: Gradiva, 2012. Disponível em: <<http://www.wook.pt/ficha/os-superficiais/a/id/14317810>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In (M. Castells; G. Cardoso, Orgs.) **A sociedade em rede do conhecimento à acção política**. Imprensa Nacional-Casa da Moeda: Lisboa, 2005, p.17-30.

DONATH, J., & Boyd, D. Public displays of connection. **BT Technology Journal**, 22(4), 2004, p.71-82.

ELLISON, N.; STEINFELD, C. & LAMPE, C. (2007) “The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites”. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12, 2007, p.1143-1168.

FACEBOOK. (2012). **Statistics of Facebook**. Palo Alto, CA: Facebook. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

HEW, K. F. Students’ and teachers’ use of Facebook. **Computers in Human Behavior**. Doid:10.1016/j.chb.2010.11.020, 2011.

INGLEHART, R. **Culture shift in advanced industrial society**. Princeton, NJ: Princeton: University Press, 1990.

KAHNEMAN, D., & KRUEGER, A. B. Developments in the measurement of subjective well-being. **Journal of Economic Perspectives**, 20(1), 2006, p. 3-24.

KREUTZ, C. **The next billion** – The rise of social network sites in developing countries. 19 jun. 2009. Web2forDev.com. Disponível em: <www.web2fordev.net/component/content/article/1-latestnews/69-social-networks>. Acesso em: 21 mar. 2013.

LAMPE, C.; ELLISON, N.; & STEINFELD, C (2006) “A Fce(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing”. Proceedings of the 12006 20th **Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work**. New York: ACM Press, 2006, p.167-170.

LEWIS, J., & WEST, A. “Friending”: London-based undergraduates’ experience of Facebook. **New Media & Society**, 11, 2009, p.1209-1229.

LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. **New media & society**, 10 (3). 2008, p.393-411. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/27072>>. Acesso em: 21 mar. 2013.

MADGE, C., MEEK, J., WELLENS, J., & HOOLEY, T. Facebook, social integration and informal learning at university: It is more for talking to friends about work than for actually doing work. **Learning, Media and Technology**, 34, 2009, p.141-155.

MCMILLAN, S. J. & MORRISON, M. Coming of age with the Internet: A qualitative exploration of how the Internet as become an integral part of young people’s lives. **New media Society**, 8, 2008, p.73-95.

MCKENNA, K. Y., & BARGH, J. A. Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. **Personality and Social Psychology Review**, 4, 2000, p.57-75.

MARKTEST CONSULTING. **Os Portugueses e as Redes Sociais**, 2012. Disponível em: <<http://blog.grupoma.eu/mag/3-milhaes-de-portugueses-academ-redes-sociais/>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

PARKS, M. R.; & FLOYD (1996) “Making friends in cyberspace.” **Journal of Computer-Mediated Communication**, 1(4). Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/parks.html>>. Acesso em: 19 mar. 2013.

PEMPEK, T., YERMOLAYEVA, Y., & CALVERT, S. College students’ social networking experiences on Facebook. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 30, 2009, p.227-238.

PUTNAM, R. D. **Bowling Alone**. New York: Simon & Schuster, 2000.

PUTNAM, R. D. (2004). **Bowling together**. OECD Observer. Disponível em: <http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/1215/Bowling_together.html>. Acesso em: 19 mar. 2013.

SHELDON, P. Student Favourite: Facebook and motives for its use. **Southwestern Mass Communication Journal**, 23 (2), 2008, p.39-53.

SCHEUFELE, D. A., & SHAH, D.V. Personality strength and social capital: The role of dispositional and informational variables in the production of civic participation. **Communication Research**, 27, 2000, p.107-131.

SELWYN, N. *Screw blackboards do it on Facebook!*: In investigation of students’ educational use of Facebook. Comunicação apresentada no **Poke 1.0 Facebook Social Research Symposium**, University of London, London, England, nov. 2007.

SUBRAHMANYAM, K.; REICH, S. M.; WAECHTER & ESPINOZA, G. (2008) Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 29, 2008, p.420-433.

TURKLE, S. **Life on the screen**: Identity in the age of the Internet. NY: Simon & Schuster, 1995.

WAGGONER, A. S., SMITH, E. R., & COLLINS, E. C. Person perception by active versus passive perceivers. **Journal of Experimental Social Psychology**, 45, 2009, p.1028-1031.

WEISBUCH, M., IVCEVIC, Z., & AMBADY, N. On being liked on the web and in the “real world”: Consistency in first impressions across personal webpages and spontaneous behavior. **Journal of Experimental Social Psychology**, 45, 2009, p.573-576.

WILSON, R. E.; GOSLING, S. D. & GRAHAM, L. T. (2012) A Review of Facebook Research in the Social Sciences. **Perspectives on Psychological Science**, 7 (3), 2012, p. 203-220.

VALENZUELA, S. PARK, N. & KEE, K. F. Is there Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students’ Life Satisfaction, Trust, and Participation. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14. International Communication Association, 2009, p.875-901.

ZHAO, S.; GRASMUCK, S.; MARTIN, J. **Identity construction on Facebook**: Digital Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24 (2008) 1816–1836. Disponível em: <<http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

ZYWICA, J., & DANOWSKI, J. The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14, 2008, p.1-34.

ZIEGLER, S. (2007) 'The (mis)education of Generation M' Learning. **Media and Technology**, 32, 1, 2007, p.69-81.