



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

A amizade “conquistada” através de um clique: o caso do *Facebook*

Mariana Mendonça Reigado

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Sociologia: Exclusões e Políticas Sociais
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Professora Doutora Antónia do Carmo Anjinho Barriga

Covilhã, outubro de 2017

A ti, avó Lourdes, que tanto e tão bem me ensinaste, pelos valores que me transmitiste, pelo teu coração gigante, pela pessoa tão única que és!

Agradecimentos

Inicialmente quero agradecer aos meus pais, pela educação que me deram, pelo seu enorme apoio, por acreditarem em mim, sem eles nada disto seria possível.

À minha orientadora, Antónia do Carmo Barriga, pela sua disponibilidade sempre imediata, pela sua enorme ajuda, muito obrigada!

À minha irmã, pela ajuda e atenção sempre dadas, pela sua paciência e disponibilidade, pela nossa cumplicidade, por ser a melhor irmã que poderia ter!

A ti, Rui, por nunca me teres deixado desistir, pela ajuda, por teres estado sempre lá, pela tua paciência e compreensão, pela humildade que tanto te caracteriza, obrigada do fundo do coração!

Aos entrevistados, pelo seu testemunho, por se terem demonstrado disponíveis para a presente investigação, muito obrigada!

Aos meus amigos e restante família, pelo apoio, por acreditarem em mim, obrigada!

Obrigada a todos por tornarem a realização desta investigação possível!

Resumo

Hoje em dia, são raros os indivíduos que não possuem uma conta nas redes sociais virtuais, estando a tornar-se parte integrante da sua vida. Em Portugal, o *Facebook* é a rede que conta com mais utilizadores, cerca de 4 milhões. Nesta plataforma as ligações entre os utilizadores designam-se por “amizades”, o que significa que estes possuem uma lista com todos os seus supostos amigos, tendo um número máximo de 5000.

O presente estudo procura compreender estas relações dentro do *Facebook*, contrapondo-as, em dada altura, com aquelas que acontecem fora da rede. Neste sentido, e por intermédio de uma metodologia qualitativa, pretende-se compreender o modo como a amizade se desenvolve dentro da plataforma; perceber quais as normas e expectativas acerca dos amigos do *Facebook*; e, por último, analisar as perceções sobre as possíveis diferenças entre a amizade que se processa dentro e fora da rede.

Palavras-chave

Amizade, *Facebook*, Redes Sociais Virtuais, Interação, Tecnologia.

Abstract

Nowadays, few people don't have an account on social networks sites, becoming integral part of his life. In Portugal, Facebook it's the network that has more users, about 4 million. On this platform, the links between the users calls "friendships", which means that these has one list with all their supposed friends, by having a maximum number of 5000.

The present study aims to understanding these relationships inside on Facebook, opposing them, at some point, with those that happens offline. That way, and through a qualitative methodology, it is intended to understand the way the friendship develops within the platform; understand what are the standards and expectations about Facebook friends; and, lastly, analyze the perceptions about the possible differences between the friendship which takes place inside and outside the network.

Keywords

Friendship, *Facebook*, Social Network Sites, Interaction, Technology.

Índice

Introdução.....	1
I - Enquadramento teórico.....	5
Capítulo 1 - A Tecnologia e Sociedade.....	5
1.1. A relação entre tecnologia e sociedade.....	5
1.2. A interação dentro e fora da rede.....	7
Capítulo 2 – Redes sociais virtuais: o caso do Facebook.....	13
2.1. Facebook: história, objetivo(s) e ideologia.....	13
2.2. Funcionalidades.....	17
2.3. Práticas dos utilizadores.....	20
Capítulo 3 – A amizade dentro e fora da rede.....	23
3.1. A amizade online: o caso do Facebook.....	23
3.2. A sua construção e o seu desenvolvimento.....	26
3.3. Confiança, normas e expetativas.....	30
3.4. A frequência e duração dos contatos.....	32
II – Pesquisa Empírica.....	35
Capítulo 4- Orientações ou opções metodológicas.....	35
4.1. Objeto de estudo e objetivos.....	35
4.1.1 Construção do modelo de análise.....	35
4.2. Orientações metodológicas.....	37
4.2.1 A utilização da metodologia qualitativa.....	37
4.2.2 A entrevista.....	38
4.3. Caraterização dos entrevistados.....	39
Capítulo 5 – Análise e Interpretação dos Dados.....	43
5.1. Práticas dos utilizadores.....	43
5.2. Perceções acerca da amizade.....	47
5.3. A construção da amizade no Facebook.....	50
Considerações finais.....	57
Referências bibliográficas.....	61
Anexos.....	69
Anexo 1.....	71
Guião de entrevista.....	71
Anexo 2.....	75
Sinopses.....	75

Lista de Figuras

Figura 1-Modelo de análise.....	36
---------------------------------	----

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Caraterização dos entrevistados	41
--	----

Introdução

A presente investigação é centrada na temática da amizade no contexto virtual, mais especificamente no caso do *Facebook*, tendo como objetivo principal compreender a dinâmica da amizade nesta plataforma.

A escolha desta temática prendeu-se com o meu interesse pela crescente utilização e, por sua vez, importância dada pelos indivíduos ao mundo virtual. A tecnologia, a cada dia que passa vai evoluindo cada vez mais, sendo que muitos dos locais frequentados pelos indivíduos já dispõem de Internet gratuita, tornando-se assim atraente frequentar tais espaços. Optei pelo estudo do *Facebook* e as relações de amizade, por se tratar de uma das redes sociais virtuais que conta com mais utilizadores e por ser nesta mesma plataforma que as ligações entre os indivíduos se designam por “amizades”.

Antigamente, ao idealizar as redes sociais, imaginava-se um indivíduo rodeado por outros e mais ou menos ligados. Ao contrário dessa realidade, nos dias de hoje, quando se imagina as redes sociais, o nosso pensamento remete-nos para as redes sociais virtuais (Capua, 2012). O conjunto de contatos sociais de um indivíduo (o tamanho e a sua composição) é um objeto de estudo da sociologia (Backstorm, e outros 2011) e, hoje em dia, o *Facebook* é considerado um dos sites mais populares para a interação social (Bar-Tura, 2010).

Tal como abordado por Baym (2010), se olharmos à nossa volta, é fácil constatar que nunca existiram tantos modos de comunicar como agora e é interessante que, em muitos desses, a presença seja marcada através da escrita, ou seja, “não escrever é estar invisível” e “registrar comentários é estar ali, onde a interação só existe na medida em que os/as participantes «estão» por escrito” (Braga, 2011: 100).

Aquando se acede ao site do *Facebook*, deparamo-nos com uma frase deveras interessante: “O Facebook ajuda você a se conectar e partilhar com as pessoas que fazem parte da sua vida”, ora não será um pouco contraditório? Será que todas as pessoas que fazem parte da nossa vida possuem *Facebook*? Essa ligação e partilha, em modos tradicionais, não deverá ser realizada fora do ecrã? Denota-se aqui que, desde o início, esta grande empresa incentiva os milhões de utilizadores a uma partilha cada vez maior. Neste sentido, não existe um consenso em relação à construção da amizade nesta plataforma, uma vez que as opiniões dos autores se dividem entre os mais positivos e os mais críticos.

Nas redes sociais virtuais, as ligações entre os indivíduos apresentam distintas denominações consoante a plataforma que se trata. Como exemplo tem-se o *Instagram* e o *Twitter* que optam por denominar tais ligações como “seguir”, contrariamente ao que acontece no *Facebook*, cujas ligações se denominam de “amigos”. Nesta plataforma, muitas vezes aquele que se rotula de

“amigo” não apresenta a mesma rotulagem no contexto *offline*. Tal como Rosen (2007) anota, ao analisar o perfil de um dado “amigo”, muitas vezes, é possível saber mais detalhes sobre ele do que sobre um *amigo offline* durante um mês. Também há que ter em conta que o *Facebook* não é considerado um substituto para a interação social (Westlake, 2008; Scruton, 2010).

De acordo com Alberoni (2011), ser amigo é ser preferido a todos os outros, mas haverá esta seleção no *Facebook*? Ora, seguindo a lógica dos autores mais críticos, até que ponto poderemos chamar de amigo a toda uma lista de indivíduos que “conquistámos” através de um clique? Apesar destes “amigos”, muitas vezes, tratam-se de indivíduos que nunca vimos anteriormente e, se nos cruzarmos na rua não lhes dirigimos a palavra, há que ter em conta que se tratam de amizades distintas. Assim, será que o conceito de amigo das sociedades modernas se aplica à amizade ao contexto anteriormente conhecido? A amizade verdadeira requer esforço, gestos e olhares. Assim, hoje em dia, existe a possibilidade de um indivíduo possuir 5 amigos e, ao mesmo tempo, 500, uns no contexto *offline* e outros no contexto *online*. Ora, transpondo isto para a realidade, será possível tal relação *online* ter a mesma intensidade e proximidade que aquela que acontece fora dos ecrãs?

Note-se que o estudo das redes sociais tradicionais revela que o número de indivíduos com quem um indivíduo mantém relacionamentos próximos é entre 10 e 20 (Parks, 2007 cit. in Tong, e outros, 2008) e, de acordo com Gladwell (2006), o número máximo de indivíduos com os quais é possível ter um relacionamento social ronda os 150. Ora, tais conclusões não fazem sentido se transpostas para o mundo virtual.

A presente investigação é dividida em duas partes e cinco capítulos distintos. A primeira parte diz respeito ao enquadramento teórico e a segunda à análise mais empírica.

O primeiro capítulo intitula-se por “A tecnologia e a sociedade” e visa compreender qual a possível relação entre ambas, contemplando-se também a interação dentro e fora da rede, procurando abordar as suas principais características e possíveis diferenças.

Seguidamente, no segundo capítulo “Redes sociais virtuais: o caso do *Facebook*” procura-se compreender o modo como nasceu e cresceu esta rede social, quais as suas principais características e como se desenvolve participação nas mesmas.

No terceiro capítulo “A amizade dentro e fora da rede” pretende-se debater em torno deste novo “tipo” de amizade, contrapondo-o com a amizade fora dos ecrãs através do modo como ambas se constroem, se desenvolvem, a confiança, normas e expectativas e, por fim, a frequência e duração dos contatos de ambas.

Na segunda parte encontra-se a estratégia metodológica baseada na abordagem qualitativa. Quanto à metodologia utilizada, a entrevista semiestruturada foi a considerada mais adequada para a presente investigação devido ao facto de ser possível adicionar questões que inicialmente não estavam contempladas e dar mais liberdade aos entrevistados.

Seguidamente apresentam-se os dados empíricos recolhidos e as principais conclusões retiradas da investigação.

I - Enquadramento teórico

Capítulo 1 - A Tecnologia e Sociedade

1.1. A relação entre tecnologia e sociedade

De acordo com Bauman (2000), atualmente vive-se uma modernidade líquida devido às alterações ocorridas na sociedade. Tal modernidade caracteriza-se pelo individualismo, pela sobreposição do tempo em relação ao espaço devido às novas tecnologias, pela redefinição da esfera pública, dado que os assuntos privados são publicamente expostos e assistidos. Assim, a definição de interesse público promovida pelas novas tecnologias trata-se do dever de encenar os dramas privados publicamente e o direito de o público assistir a essa mesma encenação. Note-se que, tal como aponta o autor, nesta modernidade líquida até existe a possibilidade de o indivíduo se movimentar sem ter de se mexer.

No caso específico da Internet, esta está cada vez mais a tornar-se parte natural da vida quotidiana, sendo que a principal razão para a sua utilização é a comunicação entre os indivíduos (Bargh & McKenna, 2004: 574). Esta rede possui capacidades exclusivas como o facto de ser um canal de comunicação, o anonimato e a capacidade de se ligar facilmente aos outros indivíduos. É consensual que acarreta um impacto considerável na vida social, porém não existe concordância no que diz respeito à natureza e valor de tal impacto. Note-se que, segundo Bargh & McKenna (2004), nos últimos anos, cada novo avanço tecnológico nas comunicações suscitou preocupações acerca do seu potencial para enfraquecer os laços da comunidade.

Para uma compreensão das novas tecnologias, é necessário ter em conta as características tecnológicas do meio, valores pessoais, culturais e históricos que tais características recordam, tendo sempre presente que, para além destas qualidades tecnológicas, as qualidades sociais também ajustam os anseios e as questões em torno das novas tecnologias (Baym, 2010: 22). Existem assim três quadros teóricos no que diz respeito à relação entre a tecnologia e a sociedade: o determinismo tecnológico; o determinismo social estruturalista ou a construção social da tecnologia; e, por último, a modelagem social da tecnologia ou condicionamento recíproco entre tecnologia e sociedade (Simões, 2006; Baym, 2010).

Quanto ao determinismo tecnológico, aquando da entrada de uma tecnologia recente na sociedade, é comum considerá-la como um agente causal, isto é, entra na sociedade como força ativa de mudança cujos utilizadores possuem um escasso poder para resistir. Nesta perspectiva, a tecnologia é vista como um agente externo que age e modifica a sociedade, contudo os indivíduos podem escapar a esta influência tecnológica, evitando a tecnologia. Este quadro teórico é isento de poder, uma vez que os indivíduos são considerados como impotentes

para acabar com as mudanças, a não ser que inventem novas tecnologias, melhores ou distintas ou que evitem totalmente a tecnologia (Baym, 2010).

Nesta perspectiva, Fischer (1985) considera que a existência de certos hábitos intelectuais impedem o pensamento acadêmico e leigo acerca da tecnologia. Um dos hábitos prende-se com o facto de certos escritores utilizarem metáforas para tornar as suas interpretações vívidas, terminando sob um olhar rigoroso. Outro diz respeito ao facto de muitas discussões da tecnologia adotarem efeitos homogêneos, isto é, como se as tecnologias possuíssem vida própria e tivessem os mesmos impactos. Contudo, o autor refere que não existem razões prévias de que as tecnologias diferentes ou similares tenham os mesmos efeitos, nem que as sociedades reajam de modo semelhante. O terceiro hábito refere-se ao facto de atribuir as mesmas consequências às tecnologias, como se fossem lineares. Por fim, o quarto hábito corresponde à noção de que uma tecnologia influencia a sociedade, ao transferir as suas propriedades para os indivíduos.

Assim, e de acordo com o autor, a homogeneização de todas as tecnologias é considerada um erro. Há que destacar que cada tecnologia é usada de um modo distinto e acarreta consigo consequências diferentes, tal como é necessário questionar aos indivíduos como e para que fins utilizam certas tecnologias (Fischer, 1985).

Seguidamente, a construção social da tecnologia, refere-se ao modo como as tecnologias surgem dos processos sociais, ou seja, os teóricos consideram que diversos fatores sociais, económicos e culturais influenciam o modo como os indivíduos tomam e utilizam as novas tecnologias (Baym, 2010). Tal como argumenta Fischer (1992 cit. in Baym, 2010), apesar de ser muito relevante compreender o poder dos utilizadores, torna-se fácil colocar influência sobre os mesmos aquando da existência de outras estruturas sociais a considerar, tais como o acesso, a disponibilidade, o preço e o mercado. Porém, esta perspectiva, apesar de interpretar sociologicamente a tecnologia, não analisa outros fatores sociais relevantes para a invenção e progresso de uma dada tecnologia (Simões, 2006: 80).

A última perspectiva, denominada por modelagem social da tecnologia, ressalta um meio termo, o que significa que as consequências das tecnologias surgem de uma combinação de potenciais, as capacidades sociais que as qualidades tecnológicas possibilitam e os modos inesperados e decorrentes que os indivíduos usam desses potenciais. Por conseguinte, os indivíduos, as tecnologias e as instituições possuem poder para afetar o desenvolvimento e uso da tecnologia, uma vez que a relação entre tecnologia e sociedade é um processo de condicionamento recíproco. Quer isto dizer que as tecnologias podem acarretar consequências positivas e negativas, dependendo das escolhas, do *design*, e do uso que for feito em virtude de diversos fatores sociais e tecnológicas que se condicionam mutuamente (Baym, 2010; Simões, 1995 cit. in Simões, 2006).

Por último, torna-se pertinente abordar o processo de domesticação da tecnologia. Tal como referido por Baym (2010), esta abordagem considera a tecnologia e a sociedade como influentes nos novos meios de comunicação, preocupando-se principalmente nos processos ativos aquando da passagem das novas tecnologias de objetos marginais para objetos quotidianos da vida diária. Este processo requer trazer algo de novo para a vida dos sujeitos, a adaptação do novo no familiar que, neste caso concreto, trata-se de máquinas e ideias, valores e informações e implica o cruzamento entre o público e o privado e entre a proximidade e a distância (Silverstone, 2005: 245). Deste modo, a entrada da tecnologia coloca em questão as regras de comportamento existentes ou os códigos de prática familiar.

Aquando da posse de uma dada tecnologia, a objetivação - a localização das tecnologias nos espaços sociais, materiais e culturais do domicílio - e a incorporação - a introdução de práticas tecnológicas nos padrões da vida doméstica - constituem uma parte integrante da dinâmica da vida quotidiana (Silverstone, 2005). Neste processo tem-se em consideração o modo como se transita de um período em que as novas tecnologias são ameaçadoras para as que são comuns, presentes no quotidiano. Isto significa que após os indivíduos terem adaptado o seu comportamento para aceitarem certas Tecnologias de Informação e Comunicação, tais tecnologias podem ser parte integrante da vida desses, sendo que posteriormente lhes é complicado imaginar a sua vida sem as mesmas (Haddon, 2006: 6). Assim, e tal como mencionado por Silverstone (2005), a domesticação visa principalmente intervir na ideia da mudança tecnológica e instituir o indivíduo no seu centro. Pode então constatar-se que uma tecnologia não existe fora da sociedade e ajuda a redefinir o que se compreende por “viver em sociedade” (Braga, 2011).

1.2. A interação dentro e fora da rede

Desde já importa referir que todos os indivíduos necessitam de comunicar, sendo praticamente impossível sobreviver sem interagir com o ambiente que os envolve (Lee, e outros 2011), já neste campo, Goffman (2002: 23) define a interação cara-a-cara como “a influencia recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata”.

No caso dos dispositivos móveis, possibilitam a comunicação imediata e não requerem a presença, fortalecendo o ritmo do quotidiano. Estes trouxeram diversas alterações na atividade quotidiana, contudo adquirem um papel fundamental, e cada vez maior, no dia-a-dia dos indivíduos. Este uso crescente implicou uma grande aceitação do seu uso na maioria das situações sociais (Pinchot, e outros, 2010).

Aquando se refere a estes dispositivos, tende-se a associar a ligações com os amigos e familiares, em que os indivíduos estão constantemente contactáveis (Carvalho, 2015).

Pinchot e outros (2010) apontam o facto de a proximidade estar a transformar-se em algo sem lógica, no que toca à interação social, e o modo como se vê a comunicação e a adequação de certos tipos de comportamentos de comunicação está a alterar-se consigo. Os autores dão o exemplo do telemóvel que, hoje é em dia, acompanha o indivíduo no seu dia-a-dia, possibilitando a facilidade na comunicação e o acesso à informação. Tal transformação cultural para um mundo que se encontra “sempre ligado”, como designam os autores, acarreta desafios, juntamente com as conformidades. Neste sentido, a ação de comunicação, seja por telemóvel, mensagens ou através do *Facebook*, ainda é considerada uma atividade dominante só que agora vê-se toda a rede social de indivíduos como iguais, independentemente de estarem cara-a-cara com os outros ou à distância. Note-se que, de acordo com um relatório¹ levado a cabo por Gustavo Cardoso, e outros (2017), a maioria dos indivíduos prefere aceder à Internet através do computador, seguindo-se o *smartphone* e, posteriormente, o *tablet*.

Como se pode constatar, a utilização da Internet para comunicar tem vindo a aumentar cada vez mais, existindo a necessidade de criar a expressão “comunicação mediada pelo computador” (Kujath, 2011: 75), todavia hoje em dia já não faz sentido esta designação, uma vez que já existem outros aparelhos para comunicar para além do computador, tal como os dispositivos móveis. Note-se que o objetivo principal das tecnologias de comunicação, desde o início, foi permitir aos indivíduos trocarem mensagens sem a presença física (Baym, 2010). Assim, McKenna, e outros (2002) comparam a interação mediada com a interação numa sala escura, afirmando que são semelhantes em alguns aspetos, uma vez que não é possível ver o outro nem se pode ser visto. Deste modo, Baym (2010) refere que, por um lado, esta escassez de presença oferece aos indivíduos mais controle sobre os seus mundos sociais, mas por outro submete-os a novos modos de controle, vigilância e restrição. Há que realçar que os diferentes tipos de comunicação variam consoante o esforço que exigem e o seu valor simbólico (Burke & Kraut, 2014).

A rapidez da comunicação mediada não só acelera o processo pelas quais as relações são formadas, como também alteram o modo como estas são conduzidas e compreendidas (Bargh & Mc Kenna, 2004). Muitos indivíduos denotam uma grande capacidade no uso deste tipo de comunicação, pois a ausência torna-se menos dolorosa, aumenta as suas experiências sociais e o seu envolvimento, permitindo-lhes comunicar com os outros à distância, sem restrições de tempo, podendo ajudar a fortalecer e criar novas relações sociais (Lee, e outros, 2011; Scruton, 2010).

A escassa presença social é uma das características deste tipo de comunicação, pois permite pouca troca de sugestões não-verbais, está mais sujeita a mal-entendidos e não possui informações sociais relevantes como as expressões faciais e gestos (Kiesler, e outros 1984 cit. in Chan & Cheng, 2004; Burke & Kraut, 2014), sendo possível restringir-se pela menor

¹ “Práticas e Consumos Digitais Noticiosos dos Portugueses em 2016” Relatórios OBERCOM

disponibilidade física e frequência de exposição, consideradas essenciais para o desenvolvimento de relacionamentos, para a interpretação do que está a ser dito e a posterior reação (Kiesler, e outros 1984 cit. in Buote & Pratt, 2009; Rawlins, 1994; Wilmot, 1994 cit. in Chan & Cheng, 2004).

Contudo, autores como Walther (1995 cit. in Chan & Cheng, 2004) afirmam que este tipo de comunicação pode crescer e ser comparável às relações cara-a-cara, desde que seja dado o tempo suficiente e exista troca de mensagens. Apesar de oferecer menos informação por troca comparativamente à comunicação cara-a-cara, permite interações mais longas e mais frequentes ao longo do tempo (Walther, 1995 cit. in Chan & Cheng, 2004). Portanto, é notável que as opiniões relativas a este tipo de comunicação diferem bastante, havendo autores mais positivos do que outros.

Os autores mais negativos em relação a este tipo de comunicação, mencionam que a interação cara-a-cara e a grande quantidade de sinais sociais que lhe são intrínsecos, fazem com que seja um melhor meio pelo qual os indivíduos podem avaliar as características dos outros (Lee, e outros 2011). Apesar deste tipo de comunicação oferecer uma comunicação sócio emocional, através de texto e *emojis* (Baron, 2008 cit. in Buote, e outros, 2009), não é tão robusta e dominante como a cara-a-cara. Buote, e outros (2009: 562), afirmam que a falta de alguns destes componentes relevantes, pode tornar-se especificamente complexa no caso dos indivíduos que necessitam de mais apoio.

Já os autores mais favoráveis à utilização da comunicação mediada, consideram que os indivíduos que interagem através de um ecrã podem preferir apresentar aspetos de si mesmo mais seletivamente para os outros, visto que possuem tempo para pensar e editar as informações que transmitem aos outros, garantindo que são compreendidos do modo que desejam (Walther, 1996 cit. in Lee, e outros 2011). Lee, e outros (2011), afirmam que, uma vez que os indivíduos estão aptos para gerir a sua autoapresentação neste tipo de comunicação, parece compreensível que refiram melhores interações, comparativamente à comunicação fora dos ecrãs.

Há que ter em conta que a proximidade e o enraizamento permanecem neste tipo de comunicação, mas os utilizadores afeiçoam-se mais às palavras (Deresiewicz, 2009). Em suma, a comunicação mediada pode causar diversas consequências, assim como pode apresentar várias vantagens, existindo controvérsias no que diz respeito aos seus efeitos. Portanto, e de acordo com Kraut, e outros (1998) & Kraut, e outros (2002 cit. in Kujath, 2011), quando este tipo de comunicação é utilizado para substituir a comunicação cara-a-cara, os efeitos nas relações são negativos, causando uma experiência de desindividualização. Contudo, se for usada como complemento, este tipo de comunicação facilita a manutenção dessas mesmas relações. Note-se que uma das grandes vantagens deste tipo de comunicação é o facto de não

necessitar que os indivíduos se encontrem geograficamente próximos um do outro, possibilitando a ocorrência de interações a qualquer distância, sendo que as informações demográficas, que seriam perceptíveis na comunicação cara-a-cara, são menos patentes ou mesmo ausentes neste tipo de interação (Okdie, e outros 2011).

Assim, a utilização do *Facebook* como uma extensão da interação cara-a-cara para manter relações interpessoais pode permitir que os utilizadores aumentem as ligações, que de outro modo poderiam não ter e reforçar as suas amizades existentes (Kujath, 2011).

Outro dos aspetos positivos da comunicação mediada é o melhor anonimato, possibilitando aos indivíduos superar certos obstáculos inerentes à interação tradicional e outras características que facilitam o desenvolvimento e a posterior formação de amizades *online* (McKenna, e outros 2002: 9,10). Uma das razões apontadas pelos autores para a maior divulgação existente nas redes sociais virtuais, prende-se com o facto da inexistência de certas características, como a aparência física, que, por vezes, impedem que os indivíduos menos atraentes física ou socialmente, desenvolvam relações. Porém, em ambos os tipos de comunicação, à medida que as relações fortalecem, os indivíduos tornam-se mais aptos de prever o outro, passando a conhecer os estilos de comunicação uns dos outros, sendo que posteriormente é possível o uso de termos ou palavras secretas entre ambos e até mesmo apelidar uns aos outros (Baym, 2010).

Ao sortir um ambiente de interação alternativo, cujas interações e relacionamentos funcionam por intermédio de regras diferentes e possuem resultados distintos, a comunicação mediada coloca em causa aspetos da interação cara-a-cara que se podem ter perdido (Bargh & McKenna, 2004). Contudo, e apesar da existência deste tipo de comunicação recente, Lee e outros (2011), argumentam que a comunicação cara-a-cara e o contato interpessoal irão mante-se relevantes no desenvolvimento de relacionamentos de longo prazo e de apoio recíproco entre os indivíduos. Portanto, apesar dos “encantos” das novas tecnologias, há que ter sempre em conta as relações interpessoais, consideradas o tecido básico da sociedade.

Ora, tal como expõe Baym (2010), a comunicação mediada deve ser vista como uma modalidade mista recente que funde elementos da comunicação cara-a-cara com elementos da escrita.

Apesar de existirem diferenças entre estes tipos de interação, há que apontar que a interação digital pode não dispensar do encontro cara-a-cara, uma vez que os encontros são planeados no ambiente digital. Assim, as relações mediadas também participam no contexto da interação, os indivíduos utilizam os meios disponíveis para complementar a interação (Braga, 2011). Porém, alguns sociólogos ainda temem que a comunicação mediada possa moldar uma geração que não é devidamente socializada, apesar de existirem pesquisas recentes que sugerem que este tipo de interação não substitui os modos mais tradicionais. Assim, e tal como mencionado

anteriormente, conclui-se que o *Facebook* não é considerado um substituto para a interação social (Westlake, 2008; Scruton, 2010).

Segundo Cuonzo (2010), a comunicação via *Facebook* pode ser considerada um novo modo de comunicação, já que alguns atos de comunicação nesta rede social virtual são novos e não são totalmente traduzíveis para a linguagem comum. Isto significa que várias práticas linguísticas que ocorrem na plataforma diferem bastante das formas de comunicação anteriormente utilizadas. Bauman (2016)² até considera que as redes sociais virtuais não ensinam a conversar, uma vez que é mais fácil evitar a controvérsia. Alguns atos de comunicação nesta rede social virtual acarretam os mesmos problemas que os anteriormente conhecidos. Como forma de exemplo, Cuonzo (2010) refere que não se podem realizar três conversas *online* distintas e o utilizador estar muito feliz em todas, já que as habilidades cognitivas dos indivíduos não os permitem manter tantas conversas ao mesmo tempo.

A comunicação que ocorre através das redes sociais virtuais, pode ser categorizada quanto à quantidade de conteúdo e esforço (Burke & Kraut, 2014). Veja-se que a comunicação mais composta (como é o caso das mensagens privadas, *posts* ou comentários) apresenta mais conteúdo e requer mais esforço, comparativamente a um simples clique (como o “gosto”, no caso do *Facebook*) que, tal como indicado por Bucher (2012), é o modo mais económico de manter e fazer amizades. Esta última ação não contém texto, isto é, não possui linguagem associada. Também a difusão das notícias é menos íntima e implica pouco esforço, embora possam incluir alguma autorrevelação, não são focadas num destinatário específico.

Em suma, as mesmas ferramentas podem apresentar significados distintos para diferentes populações em contextos ou épocas diferentes, ou seja, não há que questionar se a comunicação mediada é melhor quanto a comunicação cara-a-cara, pois é uma questão de quem está a comunicar, para que propósitos, em que contextos e quais as expectativas (Baym, 2010). Tal como afirma o autor, há circunstâncias em que a comunicação mediada é preferível à comunicação cara-a-cara e outras em que é pior. Note-se que, tal como abordado por Donath (2007), os indivíduos passam menos tempo juntos cara-a-cara, mas mantêm-se em contato por mensagens, conscientes do que acontece na vida uns dos outros através de atualizações dos seus perfis. Posto isto, parece muito difícil que as consequências finais sejam universais ou estáveis.

² Numa entrevista dada ao jornal “El país”.

Capítulo 2 - Redes sociais virtuais: o caso do *Facebook*

2.1. *Facebook*: história, objetivo(s) e ideologia

Em fevereiro de 2004, Mark Zuckerberg, um estudante universitário da Universidade de Harvard, criou uma rede social para os estudantes universitários denominada por “the Facebook” para auxiliar os estudantes dessa mesma universidade a conhecerem-se. Esta seria baseada numa tradição da faculdade impressa “*Facebooks*”, tendo uma entrada restrita aos que tinham acesso à plataforma *Harvard.edu.address*. Assim, esta rede social virtual tornou-se um meio para a interação social imediata e assíncrona, elaborando um texto colaborativo, interativo e performativo (Marichal, 2012).

Durante esse ano, Zuckerberg alargou o site para mais universidades dos Estados Unidos e, em 2005, criou a aplicação acessível a todos os estudantes dos colégios dos Estados Unidos. No ano seguinte, em setembro de 2006, o *Facebook* tornou-se acessível a todos os maiores de 13 anos de idade, com conta de e-mail (Marichal, 2012; Westlake, 2008). A partir daí, esta rede social virtual teve um crescimento incrível, sendo que, de acordo com um estudo realizado pela Marktest denominado “Os Portugueses e as redes sociais”, hoje em dia conta com mais de 4 milhões de utilizadores (Grupo Marktest, 2017 in Marktest de 7 de fevereiro de 2017).

O facto de ter sido criado na universidade pode considerar-se uma grande razão para o enorme sucesso da plataforma, uma vez que os relacionamentos são mais intensos e é nessa altura que os indivíduos, de um modo geral, socializam mais intensamente (Kirkpatrick, 2011: 41).

Como *website* e plataforma, define-se como um conjunto de várias relações de atores, tecnologia, processos de software, práticas sociais e valores (Bucher, 2012). A mesma autora defende que, se se enquadrar esta plataforma como uma assembleia, auxilia a encará-la como um “processo, uma organização contínua de multiplicidades, de relações entre elementos e forças, que produz afetos” (Coonfield, 2006: 290 cit. in Bucher, 2012: 481), sendo esta uma força produtiva, visto que possibilita novas relações. Deste modo, e tal como evidencia Cronin (2009), o *Facebook* facilita a ligação entre os utilizadores.

Esta rede social virtual oferece um meio de ligação social mais eficiente e, de acordo com Cuonzo (2010), uma das principais razões prende-se com o facto de permitir o contato social entre uma quantidade maior de indivíduos do que anteriormente seria exequível. Note-se que uma atualização do estado realizada na página inicial de um utilizador irá apresentar uma comunicação com centenas (em muitos casos milhares) de indivíduos. Assim, Bar-Tura (2010) menciona que uma das coisas mais encantadoras, e possivelmente mais assustadoras, desta

rede social virtual é o facto de os utilizadores serem facilmente expostos à vida de centenas de indivíduos.

Marichal (2012) aponta que o *Facebook* modificou totalmente o paradigma da Internet, pois em vez de ver a *Web* como um site anónimo, onde os indivíduos podiam vivenciar distintas identidades, esta plataforma uniu o público e o privado, sendo que o facto de os sujeitos se mostrarem dispostos a levar a sua vida privada para o público é considerada por Deresiewicz (2009), a coisa mais perturbadora desta rede social virtual. Ora, neste sentido, os utilizadores foram incentivados a usar os seus nomes reais e partilhar factos verídicos acerca das suas vidas. Estes produzem uma cópia da sua vida diária através dos gostos, atualizações do estado, fotografias, entre outros, divulgando constituintes de si mesmos. Isto significa que todos os elementos da rede social virtual estão estruturados para os indivíduos fazerem o que estão predispostos a fazer: a partilhar. Note-se que estes “gostos” não só surtem dados muito preciosos acerca das preferências dos utilizadores, mas também dão acesso às suas amizades e consequentemente aos seus gostos (Bucher, 2012: 488).

A grande atração destas redes deve-se ao facto de, segundo Marichal (2012: 5), interferirem com o desejo humano de ligação dos indivíduos. No caso do *Facebook*, foi graças à sua natureza fundamentada na identidade que se diferenciou das outras redes sociais virtuais, fazendo com que se transformasse num “fenómeno global único” (Kirkpatrick, 2011). Cada vez mais é visível tal fenómeno, veja-se que, hoje em dia, o idioma que os indivíduos falam fora da rede tende a ser o mesmo *online*, uma vez que esta plataforma já dispõe de uma ferramenta de tradução automática, sendo considerada uma das suas maiores inovações (Kirkpatrick, 2011).

O *Facebook*, tal como as outras redes sociais virtuais, é estruturado com o princípio da sociabilidade, as relações entre o utilizador e os outros, sendo estas denominadas por amizade (Bucher, 2012). Neste sentido, a sua principal característica é a relação de amizade entre os utilizadores, consistindo maioritariamente na permissão para consultar os amigos uns dos outros e conteúdos publicados, tratando-se de uma permissão recíproca (Catanese e outros, 2012).

Portanto, a plataforma trata-se de um mercado moderno cujos utilizadores trocam pensamentos e opiniões, com o intuito de ver o que existe de novo e o que os outros estão a fazer, ou seja, atualizarem-se acerca do que está a ocorrer. Esta permite ao utilizador construir ativamente uma identidade, um eu substituto, existindo a possibilidade de decidir quem pode ou não comentar a sua própria identidade e quais os seus aspetos que gostaria que os outros vissem, ou seja, o perfil *online* pode ser considerado uma versão recente e melhorada de quem os sujeitos desejam ser. Quer isto dizer que os indivíduos não só interagem com esta plataforma, como a deixam assumir a sua passividade, ajudando-os a abstrair-se do dever de acreditar em determinados valores e agir sobre os mesmos (Bar-Tura, 2010: 234; Muhr & Pedersen, 2010).

Van Dijck (2012) refere que estas redes não representam uma nova esfera pública, mas são instrumentos comunicativos que formalizam e inscrevem um discurso, que até então era informal, fazia parte da esfera pública, reconfigurando as normas de sociabilidade e conduta social.

Uma vez que se trata de um mundo virtual, existem evidências de que os dados sociométricos podem ser um sinal importante para os indivíduos fazerem julgamentos sociais sobre os outros (Tong, e outros 2008). Ao contrário do que possa parecer, este mundo virtual é praticamente homogêneo, pois os utilizadores comprometem-se com a sua própria exposição. Há que acrescentar ainda que a atividade fundamental destas redes é a invenção e o dispêndio de detalhes íntimos e imagens, não só das suas vidas, mas também da dos outros (Rosen, 2007: 24).

O *Facebook* utiliza a Internet para fabricar um modelo de negócio que depende da divulgação e ligação dos seus utilizadores e que vai contra a proteção de dados. O seu objetivo principal seria o lucro, sendo que talvez o maior potencial, não só desta mas também das outras redes sociais virtuais, seja aumentar a abundância de informações pessoais (Marichal, 2012; Donath, 2007). Porém, a plataforma garante que “Não vendemos as tuas informações a ninguém e nunca o faremos. Tens o controlo como as tuas informações são partilhadas”³ (Facebook, 2017)

Tal como evidencia Kirkpatrick (2011), a quantidade de dados disponibilizados pelos utilizadores no *Facebook* levanta preocupações em relação à privacidade, uma vez que, para o seu benefício comercial, a plataforma faculta-os para os anunciantes. Por conseguinte, a empresa e os seus parceiros comerciais obtêm conhecimento acerca dos utilizadores, sendo que muitos deles sabem pouco acerca do modo como esta utiliza os seus dados. Isto significa que as informações reveladas pelos utilizadores, como é o caso das suas preferências, têm fins comerciais. Assim, “ao abarcar uma parcela considerável da população mundial, o *Facebook* pode se tornar uma experiência gigantesca de exposição pessoal” (Kirkpatrick, 2011: 301).

Deste modo, constata-se que uma outra componente do *Facebook* se trata da publicidade, dada a grande quantidade de utilizadores e a possibilidade de acesso aos seus perfis, diversas empresas estão a usar a plataforma para desenvolver estratégias de *marketing*, concebendo páginas ou grupos da sua marca (Hemsley, 2009 cit. in Kirkpatrick, 2011). Ao possuir tal ligação à plataforma, as empresas podem ter acesso a milhões de utilizadores, carências e gostos. Estes anúncios possibilitam aos utilizadores a segmentação da localização, género, universidade, uma vez que o utilizador estabelece o seu público alvo, a plataforma surte informações acerca do número aproximado de utilizadores que tal segmentação irá abranger. Tal como mencionado

³ Centro de ajuda do *Facebook*: “Aceder às tuas informações - O *Facebook* vende as minhas informações?”

na própria plataforma “o Facebook utiliza sempre informações sobre a tua idade, sexo, localização e os dispositivos que utilizas para aceder ao Facebook ao escolher os anúncios que te são apresentados”⁴ (Facebook, 2017).

O desenvolvimento dos anúncios segmentados acarretou uma nova dimensão para a publicidade no *Facebook* e alterou a perceção que os utilizadores têm acerca dos anúncios (Kirkpatrick, 2011 & Curran, Kevin e outros, 2011). Todavia, há que ter em conta que se torna complicado e limitado que esta segmentação seja utilizada para todos os utilizadores, visto que nem todos os utilizadores colocam os seus interesses e informações pessoais. Em suma, a plataforma encontra-se bastante ativa no que concerne à promoção de anúncios (Kirkpatrick, 2011 & Curran, Kevin e outros, 2011).

No centro de ajuda do *Facebook*, uma ferramenta que qualquer utilizador tem acesso, aparece uma categoria que se designa por “preferências de anúncios”. Aqui, a plataforma tenta transmitir ao utilizador que estas o possibilitam ver, adicionar e eliminar as preferências que o a plataforma concebeu para si, centradas na informação do perfil, ações que realiza nesta rede e sites e aplicações que utiliza fora desta. Deste modo, a modificação destas preferências intervém nos anúncios que o utilizador visualiza, sendo que não altera o seu número total. Note-se que, caso o utilizador não pretenda que a plataforma utilize as informações relativas à sua atividade em sites e aplicações para exibir anúncios, existe a possibilidade de desativar esta opção (Facebook, 2017).

Para além da publicidade realizada através de anúncios, Bucher (2012) refere que no *Facebook* a amizade pode ser utilizada para fins comerciais, isto é, a comercialização da amizade pode ser encontrada nos movimentos dos amigos, como forma de publicidade. É por intermédio de um recurso denominado “histórias patrocinadas” que esta rede social virtual transforma uma simples ação de um dado amigo em conteúdo promovido. Mais especificamente, quando um utilizador coloca “gosto” num determinado produto, a aplicação publica uma história no *Feed de Notícias* dos seus amigos a dizer que ele aconselha essa marca. Ora, desta maneira, as empresas podem aproveitar tal fenómeno, uma vez que se trata de um modo de recomendar bens e informações de interesse.

Esta plataforma acarreta bastantes vantagens e desvantagens. Walther & Parks (2002) referem, de um modo positivo, que as redes sociais virtuais podem facilitar relacionamentos de um modo misto, isto é, existe a possibilidade de se passar de um contexto eletrónico para um relacionamento cara-a-cara e vice-versa. Tal como também podem auxiliar os indivíduos a manter uma quantidade maior de laços do que os que seriam possíveis sem tal tecnologia, dado

⁴ Centro de ajuda do Facebook: “O que são as minhas preferências de anúncios e como posso ajustá-las?”.

que possibilita a estes a visualização de perfis para atualização e para facilitar trocas verbais através de *posts* ou mensagens (Donath e boyd, 2004).

Outros autores como Catanese, e outros (2012), acreditam que, cada vez mais, as redes sociais virtuais serão um espelho da vida real e a sua utilização tem sido cada vez maior, uma vez que num estudo que envolvia os utilizadores britânicos do *Facebook*, constatou-se que estes recorrem à rede social 14 vezes por dia (Keating, 2013 cit. in Croom, e outros 2015).⁵ Rosen (2007) acrescenta que estas redes sociais virtuais “conectam” os utilizadores com uma rede, uma rede de *gadgets*.

Apesar destas redes aumentarem a oportunidade de os indivíduos conhecerem outros, podem resultar numa menor capacidade de uma ligação genuína (Rosen, 2007).

Ora, o *Facebook* está cada vez mais presente na cultura contemporânea, o seu impacto social e político tem ampliado e tem tido uma durabilidade particular, pois desde o seu início que alguns críticos temiam que esta rede perdesse o seu melhor lado. Porém, continua a crescer, mas Kirkpatrick (2011) afirma que tal tendência não pode durar para sempre.

2.2. Funcionalidades

No que toca à sua estrutura, o *Facebook* apresenta o *Feed de Notícias* onde são colocadas todas as atualizações de um amigo do utilizador (atualização do estado, da fotografia de perfil, comentários que sejam feitos, entre outros), numa forma de “notícias” na página inicial de cada utilizador que fornece constantemente muito conteúdo. Nesta página inicial, o utilizador pode mover-se entre vários recursos, onde se inclui o perfil pessoal que se caracteriza por apresentar as suas características (tal como a cidade onde habita, a data de nascimento, a escola onde estuda ou estudou, entre outros), sendo incentivado a introduzir preferências pessoais (Marichal, 2012; Westlake, 2008). Tal como abordado anteriormente, a maioria destas características ou categorias tornam-se úteis para definir o que pode ou não ser comercializado para o indivíduo, daí o interesse por elas, por parte desta grande empresa (Bar-Tura, 2010).

Antes da existência deste *Feed de Notícias*, a estrutura do *Facebook* seria mais privada, uma vez que os indivíduos necessitavam de procurar informações sobre os amigos, obrigando-os a recorrer ao perfil de cada um. Assim, esta mudança facilitou bastante os utilizadores, uma vez que hoje em dia já não têm de se esforçar para saber as novidades dos seus amigos. É interessante constatar que os indivíduos divulgam informações sem lhes ser solicitado, pois a

⁵ Por outro lado, outro estudo levado a cabo por Rosen (2007), relatou que 35% dos membros americanos da *Net Generation* - definida como os jovens adultos nascidos na década de 1980 - recorrem aos seus *smartphones* de hora em hora, pelo menos, a cada 15 minutos ou o tempo todo, enquanto que 44% recorre entre poucas horas e uma vez por dia.

plataforma surte um ambiente *online*, onde a revelação de informações é parte integrante do processo normal de construção ou manutenção de uma relação (Marichal, 2012).

Tal como abordado anteriormente, as atualizações do estado espalham notícias pessoais a um vasto público de amigos, familiares e conhecidos, ou seja, para ninguém em concreto, a menos que o utilizador realize uma seleção de amigos concretos com quem pretende partilhar tais notícias (Burke & Kraut, 2014 & Scruton, 2010). Ora, a divulgação pode revelar-se menos preciosa para o fortalecimento de relações concretas do que enviar informação para um indivíduo em específico (Burke & Kraut, 2014: 4189).

Uma outra característica é o facto de possuir uma sugestão denominada por “pessoas que talvez conheças” cujo objetivo é recomendar que os utilizadores se liguem, com base na abordagem dos amigos dos amigos. Este algoritmo “amigo de amigo” baseia-se na intuição de que se muitos amigos de um utilizador consideram um outro utilizador amigo, então ambos os utilizadores podem ser amigos (Bucher, 2012). De acordo com a plataforma, para além dos amigos em comum, baseia-se no facto de pertencer ao mesmo grupo ou estar identificado na mesma fotografia; nas redes do indivíduo, ou seja, a universidade, o trabalho ou a escola; e, por último, contactos que o utilizador tenha carregado. Contudo, por vezes podem aparecer indivíduos que o utilizador não conheça, uma vez que o algoritmo pode errar e recomendar alguém que não se conheça ou que não se pretenda adicionar (Facebook, 2017).

Como exemplo tem-se uma notícia publicada recentemente que retrata o caso de uma utilizadora do *Facebook* que se deparou com uma sugestão, dada pela plataforma, de uma mulher que possuía o mesmo nome do seu avô que teria abandonado o seu pai. A utilizadora veio a descobrir que esta se tratava de uma tia, porém, e apesar da sua satisfação, ficou incomodada com a sugestão tão exata da rede social virtual. Após solicitar explicações acerca do modo de funcionamento desta sugestão, não obteve uma explicação concreta, uma vez que são utilizados diversos parâmetros como a localização ou os grupos em comum. Apesar dos indivíduos aceitarem tais sugestões, está patente o seu desconhecimento acerca das mesmas, realizada pela plataforma (Dias *in* Notícias ao Minuto de 29 de agosto de 2017).

Trata-se assim de uma técnica algorítmica para sugestões de amigos *online*. Neste sentido, há autores (Moricz, e outros, 2010 cit. in Bucher, 2012) que defendem que, tal como acontece na vida real, não é fácil encontrar bons amigos sem boas recomendações. Note-se que, de acordo com o algoritmo “amigos de amigos”, um bom amigo é o que tem um amigo em comum com o utilizador, ou seja, a probabilidade de um utilizador ser recomendado como amigo a outro, aumenta consoante o número de amigos que têm em comum, designando-se por “amigos em comum”. Esta é, pois, uma estratégia utilizada pelo Facebook para sugerir e aumentar o início das amizades, desempenhando um papel determinante para significar compatibilidades para amizades (Bucher, 2012).

De acordo com Bucher (2012), no *Facebook*, os algoritmos auxiliam na procura de amigos, para se saber as preferências e hábitos do utilizador e lembrá-lo as pessoas do passado, levando-o a comunicar e relacionar-se com esses. Visto que a plataforma tem conhecimento acerca da frequência com que um utilizador interage com outro, os supostos amigos importantes podem ser mais visíveis, pois considerando o tamanho das redes sociais, encontrar conhecidos e novos potenciais amigos tornar-se-ia um desafio. Isto significa que nem todas ações têm a mesma importância, uma vez que tudo o que aparece no *Feed de Notícias* já terá sido submetido a um processo de seleção através de um algoritmo denominado “EdgeRank” que é responsável por determinar o que lá deve aparecer e quais os amigos (Chen e outros, 2009 & Madrigal, 2010 cit. in Bucher, 2012).

Tal como referem Chen, e outros (2009), estas recomendações diferem bastante das tradicionais (como um livro ou um filme) por causa das implicações sociais da “amizade”. Os autores dão o exemplo de que antes de se adicionar um suposto amigo, muitas vezes há que considerar como o outro iria compreender esta ação e se iria reconhecer ou não a amizade. Uma vez que a lista de amigos é visível no perfil de cada utilizador, há que ter em conta como o novo amigo será percebido pelos outros na rede social. Tal problema está mais patente se os utilizadores recomendados forem desconhecidos ou pouco conhecidos, pois muitas vezes não possuem motivação suficiente para se adicionarem como amigos (Chen e outros, 2009).

Neste sentido, é possível definir a “amizade algorítmica” como um modo de compreender as formas pelas quais os algoritmos e softwares se tornam ativos na vida em rede. Estes podem ser vistos como atores, uma vez que estimulam a ação (Bucher, 2012: 483).

Visto que nesta rede social são as “amizades” que ditam a popularidade, Van Dijck (2012) afirma que a própria popularidade é criada por intermédio dos algoritmos que fazem com que os utilizadores classifiquem certas coisas, ideias ou indivíduos em relação a outros. Neste mundo virtual, os indivíduos “ganham” popularidade à medida que se envolvem em mais grupos e fazem mais contactos (as supostas amizades).

Uma outra característica do *Facebook*, inovadora para a vida social, é a existência de diversos grupos de interesse dedicados a tudo, permitindo que os utilizadores se reúnam devido a algo em comum (uma doença, um curso superior que estejam a frequentar, entre outros), sendo que possuem a capacidade de interagir uns com os outros através de mensagens, *posts* e/ou conversas em grupo (Bargh & McKenna, 2004; Naruchitparames, e outros 2011).

2.3. Práticas dos utilizadores

Muitos indivíduos não utilizam as redes sociais virtuais com o intuito de aumentar os seus contactos, mas para se fechar, no que Bauman (2016) denomina de “zona de conforto”, onde apenas ouvem o eco das suas vozes e o que veem são os reflexos das caras (Bauman, 2012). Os utilizadores utilizam a informação do seu perfil juntamente com o texto direto, como é o caso das mensagens privadas, para apresentar a sua autoimagem aos restantes (Westlake, 2008: 27).

A satisfação da necessidade de pertença dos utilizadores e a pressão dos pares são considerados por Krasnova, e outros (2008) como os principais motores de participação dos utilizadores nas redes sociais virtuais. A utilização destas permite que os indivíduos sintam apoio e união, interagindo com os outros, isto é, ao adicionarem “amigos” e participarem em eventos/grupos, estes sentem-se conectados. Assim, os indivíduos com um alto nível de identificação tendem a incluir as redes sociais virtuais nas suas rotinas.

De acordo com Capua (2012) existem alguns aspetos que influenciam o uso do *Facebook*. O autor aborda o reconhecimento, concluindo que as gratificações obtidas nesta plataforma permitem aos seus utilizadores ganhar e manter reconhecimento de outros e satisfazer a sua necessidade de pertença. Posteriormente refere que a influência social é um elemento determinante no seu uso, sendo que, de acordo com o modelo teórico desenvolvido por Kelman em 1974 cit. in Capua, 2012), esta pode apresentar três modos: a conformidade que é quando um indivíduo começa a usar uma tecnologia por influência de familiares ou amigos; a internalização ou norma de grupo que se trata da decisão de um indivíduo segundo a semelhança de valores; e, por fim, a identificação ou identidade social que é quando um indivíduo vê o seu reconhecimento num certo grupo ou comunidade. Por último, a experiência que, de acordo com um estudo realizado por Vasalou, e outros (2010 cit. in Capua, 2012), os utilizadores menos experientes consideram as ferramentas interativas (como é o caso dos jogos) como mais relevantes, contrariamente aos mais experientes que valorizam mais os recursos de imagem.

Já Goffman (2002) afirmava que todos os indivíduos realizam uma representação para os outros, dividindo-se em dois papéis fulcrais: ator que encena uma representação e personagem que utiliza durante a interação. Para realizar esta encenação é necessário obter informação necessária acerca do outro, pois após estar informado, o indivíduo saberá qual o melhor modo de agir. Deste modo, mesmo antes da existência das redes sociais virtuais, os indivíduos já tinham a necessidade de representar e mostrar o seu melhor lado, tentando encobrir o outro lado.

Portanto, mesmo fora da rede, os indivíduos utilizam sinais que realçam factos que poderiam ficar despercebidos, pois se a atividade destes tem de ser importante para os outros (a dita

“plateia”) há que expressar o que necessita de transmitir. Note-se que no *Facebook*, tal como fora dele, o indivíduo pode possuir uma personalidade encenada, ou seja, uma imagem que o indivíduo pretenda que a plateia tenha dele. Ora, esta encenação já existe desde sempre, sendo o *Facebook* mais um “palco” onde os indivíduos podem entrar em cena, optando por mostrar ou não o seu verdadeiro “eu”.

Lampe, e outros (2006) consideram a existência de duas opções nesta rede social virtual, consoante os objetivos dos utilizadores: “social browsing” e “social searching”. A primeira diz respeito aos que utilizam o site para encontrar indivíduos ou grupos com quem gostavam de se conectar fora da rede; por outro lado o “social searching” comporta-se aos que investigam indivíduos concretos que têm uma ligação *offline*, com o objetivo de saber mais sobre esses. Neste sentido, e segundo um estudo realizado pelos mesmos autores, a utilização primária do *Facebook* é para o “social searching”, ou seja, para saber mais sobre alguém que o utilizador conhece fora da rede. Este resultado também é confirmado num estudo realizado por Joinson (2008: 1029) que revela que manter o contacto é uma das principais utilizações das redes sociais virtuais, podendo ser acrescentado o contacto passivo, a vigilância social, a recuperação de contactos perdidos, fazer novos contactos, entre outros.

No que toca ao tipo de utilizadores, de acordo com um estudo realizado por investigadores da Universidade Brigham Young em jovens, existem apenas quatro tipos de utilizadores do *Facebook*, sendo que tal significa que os seus utilizadores interpretam o uso desta rede social virtual de modos distintos. Tal tipologia diz respeito aos “construtores de relações”, “selfies”, “pregoeiros” e “observadores/espetadores” (MacLellan, 2017; DN, 2017 *in* jornal Diário de Notícias de 6 de Julho de 2017).

Os “construtores de relações” são os utilizadores que utilizam esta plataforma para fortalecer relações existentes com familiares e amigos, como se esta se tratasse de uma extensão da vida fora dos ecrãs. Este tipo de utilizadores publica regularmente e tem o hábito de comentar imagens e atualizações partilhadas pelos outros, tal como participar em conversas.

No caso dos “espetadores”, raramente publicam informações pessoais, partilham ou fazem atualizações e consideram o *Facebook* quase como uma obrigação social. Contudo, gostam de ver o que se passa na vida dos outros utilizadores. Em alguns casos tratam-se de jornalistas, ativistas e organizadores de eventos.

Seguidamente, os “pregoeiros” que, contrariamente aos “construtores de relações”, o seu mundo virtual não é comparável com a sua vida fora dos ecrãs, são muito centrados em notícias, no que se passa no mundo ao seu redor e convidam outros utilizadores para eventos, mas não revelam muita informação pessoal nesta rede. A maioria dos “pregoeiros” prefere, para conversar, enviar uma mensagem direta para o outro via telemóvel.

Por último, os “selfies” utilizam os mesmos recursos que os “construtores de relações”, mas apenas se preocupam com eles próprios, publicam fotografias, vídeos e atualizam o seu estado, fazendo-o principalmente para chamar a atenção, para obter “likes” e comentários.

Apesar de o comportamento social de muitos utilizadores juntos nutrir algoritmos que orientam o seu comportamento, de acordo com Van Dijck (2012), a maioria deles desconhece que o que realizam dentro da rede, fornece automaticamente informações acerca do que gostam, o que os seus supostos amigos “gostam” e quais as ações e preferências que os ligam.

No que concerne à autorrepresentação *online*, existem dois tipos de estratégias de autorrepresentação significativas para o *Facebook*: a positiva e a honesta. A visibilidade de um comportamento pode ser identificada por outros utilizadores, podendo levar um utilizador a envolver-se em representações positivas, revelando de um modo seletivo imagens dele próprio. Por outro lado, um utilizador, ao antecipar relacionamentos de longo prazo com os amigos do *Facebook*, pode apresentar-se de um modo honesto, exibindo não só o seu lado bom, mas também o menos bom, ou seja, expõe-se tal como é (Gibbs, e outros, 2006 cit. in Kim & Lee, 2011).

Uma vez que esta rede social virtual acarreta tanta divulgação de informação, muitos dos indivíduos esquecem-se ou desistem de um dos supostos encantos do mundo virtual: a promessa do anonimato. Rosen (2007) dá o exemplo dos utilizadores, principalmente os mais novos, serem constantemente ingénuos ou pouco informados no que toca à quantidade de informação que publicam, sendo que no caso de indivíduos adultos, também existem riscos profissionais devido à publicação de informação excessiva.

Capítulo 3 - A amizade dentro e fora da rede

3.1. A amizade *online*: o caso do *Facebook*

São diversas as definições de amizade existentes, sendo considerada um dos tipos mais comuns no relacionamento entre indivíduos e, segundo Chan & Cheng (2004), todas elas implicam que a amizade envolva uma interação voluntária entre dois indivíduos, ao longo do tempo.

Para alguns indivíduos, a amizade trata-se de uma herança do passado que perde importância com o passar dos anos, acabando mesmo por desaparecer, resultando assim em relações impessoais e objetivas (Alberoni, 2011). Aristóteles, no sentido de identificar a “verdadeira” amizade, tentou reconhecer os diversos tipos de amizade. Para este, a diferenciação mais relevante é aquela entre a amizade que se centra no interesse e que se apoia na virtude, ou seja, a denominada verdadeira amizade (Alberoni, 2011). Note-se que, tal como refere Giddens (1990), nas culturas tradicionais existia uma divisão entre os de dentro e os de fora ou estranhos, isto é, a amizade era habitualmente institucionalizada e vista como um modo de criar alianças, mais ou menos duráveis, baseando-se em valores de sinceridade e honra. Contudo, o autor argumenta que hoje em dia o oposto de amigo já não é “inimigo” ou “estranho”, mas sim “conhecido”, “colega” ou “alguém que não se conhece”. Assim, há uma substituição da honra pela lealdade, que não possui outro apoio para além do afeto pessoal, e da sinceridade pela autenticidade.

Hartup (1975 cit. in Chan & Cheng, 2004: 305), considera os amigos como “os que procuram a companhia uns dos outros; além disso, procuram a proximidade na ausência de fortes pressões sociais para fazê-lo”. Por outro lado, Santrock, e outros (cit. in Kim & Lee, 2011: 360) consideram que os amigos constituem um “conjunto de pares que se envolvem em companheirismo, apoio e intimidade”, sendo uma fonte importante de apoio emocional e prático e, portanto, um elemento fundamental de felicidade. No fundo, os amigos podem atuar como modelos, apoiantes, conselheiros, grupos de referência, ouvintes, aliados, críticos e companheiros (Buote et al., 2007; Richey, 1980; Tokuno, 1986 cit. in Buote & Pratt, 2009).

De acordo com Alberoni (2011), o mundo moderno estabelece uma mudança contínua, sendo que aquando da mudança de emprego e residência, os indivíduos deixam os seus velhos amigos. O autor defende que, apesar desta primeira impressão desastrosa, a amizade continua a ser fundamental na vida dos indivíduos e que, o que a distingue das outras relações, não se alterou. Todavia, e na perspetiva de Deresiewicz (2009), a imagem do único amigo verdadeiro, a alma gémea difícil de encontrar, desapareceu completamente.

Recentemente, surgiu um novo tipo de amizade: a amizade *online*, a amizade que se processa dentro da rede, no mundo virtual. Esta inicia-se e desenvolve-se através de uma interação mediada, sendo este tipo de interação considerado como um dos meios de comunicação mais populares (Chan & Cheng, 2004). De acordo com Donath (2007), dentro das redes sociais estão a emergir estes relacionamentos, que se podem caracterizar apenas como indivíduos conhecidos no contexto *online*, mas também como indivíduos cuja amizade perdura há anos, mesmo antes das redes sociais virtuais. Assim sendo, a amizade foi introduzida nos estilos de vida eletrónicos dos indivíduos (Deresiewicz, 2009).

Porém, há que ter cuidado quando se procura transcrever o conceito de amigo para o conceito das redes sociais virtuais, visto que não se trata de um conceito adaptado, mas de uma escolha feita pelas redes sociais virtuais com fins comerciais (Bucher, 2012). Note-se que o tamanho da rede, no contexto do *Facebook*, facilmente se torna maior do que as redes sociais tradicionais (fora dos ecrãs), uma vez que no primeiro caso a amizade é mais superficial (Tong, e outros 2008), estando apenas à distância de um clique.

No caso do *Facebook*, cada utilizador pode conectar-se com outros através de relações de “amizade”. O conceito de amizade é bilateral, o que significa que os utilizadores devem aceitar as relações entre eles. Estas não seguem nenhuma hierarquia concreta, sendo considerada uni modal por Catanese, e outros (2012). Há que ter em conta que neste tipo de relações, os indivíduos podem usar outros meios de comunicação à medida que a relação se fortalece, tal como o telefone ou mesmo a comunicação cara-a-cara (Parks & Roberts, 1998 cit. in Chan & Cheng, 2004). Contudo, este conceito pode ser muito distinto daquele que é conhecido no contexto *offline*, uma vez que as atividades que as redes sociais virtuais promovem são as que incitam laços fracos como os boatos, fofocas, encontrar indivíduos e acompanhar os movimentos da cultura popular e da moda. Tal tecnologia também permite aos indivíduos a liberdade de entrar na rede dos seus amigos quando lhes for conveniente (Rosen, 2007).

Contrariamente à visão dos autores mais antigos, como é o caso de Aristóteles e, muito mais tarde, também de Alberoni, de que a amizade se tratava de algo raro, valioso e altamente conquistado, no *Facebook* esta encontra-se longe de ser universal (Deresiewicz, 2009). Bauman (2012) afirma que a atratividade deste novo tipo de amizade, deve-se ao facto de ser tão fácil de se conectar e, ao mesmo tempo, desconectar.

De acordo com Buote & Pratt (2009), estas amizades originam resultados contraditórios, uma vez que, por um lado, se tratam de relações “mais fracas” (Kraut et al., 1998; Nie, 2001 cit in Buote & Pratt, 2009), com menor interdependência, compreensão, compromisso e autorrevelação, mas por outro, podem ser um local para experimentar relacionamentos positivos e benéficos significativos, próximos e duradouros (Barg, e outros 2002; McKenna, e outros 2002 cit. in Buote & Pratt, 2009). Nesta plataforma, os amigos ao estarem todos no

mesmo lugar, todos fazem parte da mesma lista e foi devido ao facto de o indivíduo possuir uma lista que integra um grupo, que o *Facebook* conquistou os seus utilizadores (Deresiewicz, 2009). Há que destacar que muitos indivíduos que estão nessa lista de amigos podem nem se conhecer.

Esta rede social virtual possui um número máximo de 5000 amigos por utilizador, transpondo isto para a realidade, será praticamente impossível um indivíduo manter tantas amizades ao mesmo tempo fora dos ecrãs, pois tal como abordado anteriormente, o número máximo de indivíduos com os quais é possível manter um relacionamento social ronda os 150 (Gladwell, 2006).

A quantidade de amigos que um indivíduo possui virtualmente pode ter efeitos positivos no bem-estar pessoal. Contrariamente, imagine-se um utilizador do *Facebook* que possui vários amigos, muitos desses podem apenas ser um grupo de espetadores passivos no conteúdo apresentado na página. Tal como refere Cronin (2009), estas amizades podem ser contactadas a qualquer momento e/ou permanecer esquecidas durante anos. Esta possibilidade de as amizades poderem permanecer inativas durante anos, faz com que os utilizadores possuam um número elevado de amigos, sendo pouco provável interagir com todos (Cronin, 2009). Para além disso, também é possível que esses não sirvam como uma fonte de apoio, uma vez que este tipo de amizade não se baseia no apego próximo e conexões mútuas como os amigos ditos reais. O que significa que o número de amigos mantidos dentro da rede pode relacionar-se positivamente com o apoio social até um determinado ponto e, pode ter uma ligação negativa para além disso (Kim & Lee, 2011). Contudo, não existe consenso no que diz respeito ao número de amigos *online* e o bem-estar pessoal.

Um estudo levado a cabo por Kim & Lee (2011), mostrou que, tal como as amizades tradicionais, as amizades no *Facebook* podem constituir uma fonte fundamental de apoio social, mas só até ao ponto em que os utilizadores podem dedicar tempo e esforço suficientes para fortalecer e manter relações com amigos (Catanese, e outros 2012). Note-se que, tal como aponta Rosen (2007), o impulso de possuir muitos amigos virtuais não se trata de uma necessidade de companhia, mas sim de *status*, sendo que a sua manutenção exige uma vigilância constante.

Para ser testado o nível de conhecimento que os utilizadores do *Facebook* possuem dos seus amigos *online*, foi criado um jogo intitulado por “What’s Her Face(book)”. Constatou-se então que após os utilizadores jogarem, em média, quatro vezes, apenas estavam aptos para identificar corretamente 72.7% dos seus amigos online. Após ser perguntado aos utilizadores quantos amigos do *Facebook* não conheciam no mundo real, as estimativas variaram entre 4% a 15%, sugerindo que conhecem 85% a 96% dos seus amigos *online* no mundo real (Croom, e outros, 2015). Assim, tendo em conta estes dados, os estudantes universitários conhecem pessoalmente, pelo menos, 85% dos seus amigos *online*, sendo capazes de identificá-los com

exatidão. Uma outra pesquisa realizada por Vanden Boogart (2006 cit. in Tong e outros 2008) revelou que aproximadamente 46% dos entrevistados tinham sentimentos neutros ou não se sentiam conectados com os supostos amigos.

Note-se que quanto menos amigos *online* um indivíduo possuir, mais facilmente irá reconhecê-los, comparativamente aos que possuem vários (Croom, e outros, 2015). De acordo com um estudo realizado por Cronin (2009), um indivíduo que possua em média 405.12 amigos, interage, ao longo de duas semanas, com cerca de 29.39 amigos do *Facebook*, sendo uma quantidade maior do que no contexto *offline*. O mesmo autor refere que a maioria dos amigos com quem os utilizadores não interagem, pode ser considerada “laços fracos”, isto é, um modo benéfico de ter acesso a novas fontes de informação a baixo custo (Hansen, 1999; Putman, 2001 cit. in Cronin, 2009). Assim, e segundo Chan & Cheng (2004), a qualidade das amizades *online* é menor do que a das amizades que ocorrem fora da rede, mas apenas nos primeiros meses de desenvolvimento da relação.

Em suma, e tal como indica Bucher (2012), ao contrário do que era defendido por Aristóteles, no *Facebook* o utilizador pode possuir uma panóplia de amigos, ou seja, não se parte do princípio de que a amizade é algo muito preciosa e que não se pode ter diversos amigos ao mesmo tempo, uma vez que os amigos nesta rede podem ser estranhos, admiradores, confidentes, colegas de trabalho e família, mas todos são designados pelo mesmo, desencadeando uma confusão (Baym, 2010). Assim, ser “amigo” de um utilizador significa permitir que o indivíduo leve o seu conteúdo privado para a esfera pública. É por este motivo que os utilizadores devem estabelecer critérios básicos para formar uma amizade *online* e compreender que aqueles que não consegue reconhecer o nome, podem ser um bom começo para os tais critérios (Croom, e outros, 2015).

3.2. Construção e desenvolvimento da amizade

A amizade emerge na luta, requer ansiedade, riscos, incerteza, mentira, hipocrisia e dúvidas (Alberoni, 2011: 121). Hoje em dia, pensa-se que a amizade verdadeira já não existe que isso é algo do passado. Porém, o autor afirma que se trata apenas de uma impressão ilusória, uma vez que os modos em que se manifesta alteram com o decorrer do tempo.

Newcomb (1961 cit. in Alberoni, 2011), refere que a amizade começa através de um conhecimento superficial, posteriormente os dois indivíduos conhecem-se, frequentam-se e criam relações amigáveis entre si, entendem-se cada vez melhor, trocam favores e ajudam-se nos momentos menos bons. Deste modo, aos poucos tornam-se amigos. Contudo, Alberoni (2011) não concorda que a amizade surja através destas etapas. Assim, o autor menciona que

a amizade se inicia com um ato sem continuidade, trata-se de um momento em que os indivíduos sentem uma grande simpatia, interesse, uma afinidade em relação ao outro.

Nos casos em que já se conhece o indivíduo há algum tempo, é como se o víssemos de uma maneira diferente e a esta experiência designa-se por “encontro”, sendo que cada um é diferente, imprevisível e abre novas perspectivas. Neste sentido, e de acordo com o autor, se uma amizade for verdadeira, estes “encontros” repetir-se-ão diversas vezes e é através deles que os amigos renovam a sua amizade. Isto significa então que a amizade resulta de encontros vitoriosos (Alberoni, 2011).

No que toca às amizades no *Facebook*, existem diversas razões pelas quais os indivíduos podem construí-las, mesmo quando não as procuram, sendo que na perspectiva de Baym (2010) pode ser o imperativo de comunicação, a semelhança assumida e o risco social reduzido.

McKenna, e outros (2002) propõem que o facto de se construir uma amizade baseada inicialmente na autorrevelação e interesses comuns, ao invés de características superficiais (como a atratividade física), irá proporcionar uma base mais estável e duradoura para o relacionamento e possibilita que sobreviva, visto que tais barreiras aparecerão aquando do encontro dos indivíduos cara-a-cara. Note-se que o anonimato associado à *Internet* também pode contribuir para a formação destas amizades (Bargh & McKenna, 2004). Neste caso não é necessário muito esforço para se “criarem amizades”, já que uma vez “formada” esta não requer uma forte ligação ou relações próximas (Kim & Lee, 2011).

De acordo com Lee, e outros (2012); Tazghini & Siedleck, 2013 cit. in Croom, e outros (2015), a autoestima também poderá apresentar-se como uma possível explicação para se adicionarem amigos nesta rede social virtual, ou seja, compensa a baixa autoestima do indivíduo, aumentando assim os seus sentimentos de bem-estar. Joinson (2008: 1028) acrescenta que o facto de um utilizador possibilitar aos outros, que não estejam na sua lista de amigos, a visualização de certas informações do seu perfil, pode ser considerada uma tática para ampliar a sua lista de amigos, a sua dita rede social.

Nesta plataforma, para encontrar um amigo basta saber-se o nome, pois esta dispõe de uma caixa “Pesquisa no *Facebook*” onde basta inserir o nome e irão aparecer uma lista de indivíduos com esse nome, sendo que para se iniciar a amizade basta clicar no botão “adicionar amigo” e o outro aceitar esse “pedido de amizade”. Para além desta estratégia dita “normal”, o utilizador pode também carregar os seus contactos através do seu telemóvel ou e-mail. Contudo, há que destacar que o utilizador pode delimitar quem pretende que o adicione como amigo, ou seja, ao invés de permitir que qualquer indivíduo lhe faça um pedido de amizade, este pode apenas permitir aos amigos dos seus amigos (Facebook, 2017).

As novas amizades também se podem formar através de um sistema “bola de neve”, aumentando assim a rede de amigos do utilizador (Ton e outros, 2008). Segundo Chan & Cheng (2004), após um período crítico (6 meses a 1 ano, no estudo realizado pelos mesmos), este tipo de amizades cresce rapidamente e a diferença entre estas e as amizades que ocorrem fora da rede diminui, após cerca de 1 ano de desenvolvimento. Então, as relações que são desenvolvidas *online* podem tornar-se pessoais, desde que seja dado tempo e os indivíduos se sintam tão íntimos como na relação cara-a-cara, sendo que aparentam ser menos arriscadas do que as amizades *offline* (Buote & Pratt, 2009).

Neste mundo virtual, as características sociais tratam-se de preferências que os utilizadores podem aplicar aquando da “procura” de uma amizade. Segundo Naruchitparames, e outros (2011), tais preferências tratam-se de amigos partilhados, localização, faixa etária, interesses, identificação de fotografias, eventos, grupos, educação e religião/política. Apesar destas preferências indicadas pelos utilizadores, a formação de relações *online* põe em causa as noções habituais, visto que muitas vezes são entre categorias de indivíduos que não teriam tanta oportunidade de as formar no contexto fora do ecrã (Baym, 2010).

A questão dos amigos partilhados significa que através de interesses comuns, dois indivíduos podem partilhar o mesmo grupo de amigos, sendo que quanto maior a quantidade de amigos em comum, maior a probabilidade de dois indivíduos serem amigos (Naruchitparames, e outros, 2011).

No que toca à localização, é mais provável os indivíduos manterem relacionamentos se as suas distâncias geográficas forem mais curtas (Fiske, 2009 & Argyle, 2009 cit. in Naruchitparames, e outros, 2011). Apesar de serem colocados em grupos distintos de faixas etárias, existir fora dessa não significa que dois utilizadores não se possam tornar amigos nesta rede social virtual.

Relativamente aos interesses, os potenciais amigos vão aumentado à medida que o número de interesses comuns aumenta. A identificação das fotografias advém da ideia de que a interação regular com um indivíduo pode resultar numa possível amizade, isto é, um indivíduo pode não conhecer outro, mas se estiverem na mesma fotografia significa que estiveram na mesma companhia, sendo mais provável a criação de uma amizade (Naruchitparames, e outros, 2011).

Quanto aos eventos, os utilizadores que partilham muitas comparências nos mesmos eventos apresentam uma maior probabilidade de interação. Quanto mais grupos partilharem, mais provável é dois indivíduos tornarem-se amigos devido aos interesses partilhados, principalmente para aspetos significativos da sua identidade para os quais não existe grupo semelhante fora da rede (Bargh & McKenna, 2004). Naruchitparames, e outros (2011) referem que, no que concerne à educação, os utilizadores terão uma classificação mais elevada se frequentam ou já frequentaram as mesmas escolas, tal como os que partilham o mesmo nível

de educação. Por fim, os utilizadores que partilham pontos de vista idênticos, no que diz respeito à religião e política, terão mais pontos em comum do que aqueles que não o fazem. Contudo, tal como afirmam os autores, a diferença de crenças não significa que dois indivíduos não se possam tornar amigos.

Em condições ditas “normais” do contacto humano, os indivíduos tornam-se amigos ao estarem na presença um do outro, compreendendo os sinais verbais e corporais, pelo qual o outro testa as suas emoções e intenções e constrói afeto e confiança, ou seja, toda a sua atenção seria concentrada no outro. Porém, quando a atenção é centralizada no outro como mediada por um ecrã, existe uma alteração, pois a dado momento o indivíduo pode fechar a conversa entre ambos ou iniciar uma nova (Scruton, 2010: 50). De acordo com o autor, tal significa que os indivíduos não estão a comprometer tanto a amizade como o fazem cara-a-cara.

No *Facebook*, após a amizade se iniciar, ambas as partes recebem atualizações constantes acerca das notícias do outro (Burke & Kraut, 2014). Tal como abordado anteriormente, graças ao seu *software*, esta plataforma é capaz de identificar quais são os supostos amigos mais próximos do utilizador, tratando-se de uma estratégia para dar destaque às publicações destes, aparecendo primeiro que as outras e, no caso do *chat*, o espaço onde se trocam mensagens privadas, esses indivíduos aparecem inicialmente na lista. Isto trata-se também de uma estratégia para que estas amizades se desenvolvam cada vez mais, pois basta o utilizador olhar para a tela que encontrará os seus “melhores amigos”, que neste caso se tratam de utilizadores com quem o utilizador interage mais frequentemente.

Bucher (2012) acrescenta ainda que o lembrete de aniversário de um certo amigo é um dos impulsionadores de amizade mais relevantes, já que potencia a interação frequente, uma vez que há sempre amigos nesta plataforma a comemorar o seu aniversário.

A amizade não deve ser vista como algo adquirido que durará por sempre, esta sofre crises tal como qualquer relação interpessoal (Alberoni, 2011). Estas crises apenas podem resolver-se no designado “encontro”, sendo que este tipo de encontro se denomina de esclarecimento. O esclarecimento trata-se de compreender o motivo da crise e posteriormente desvalorizá-la. De acordo com o autor, não escolhemos como amigos os indivíduos pela qual não temos estima. Ora, será que um utilizador do *Facebook* tem estima por toda a sua lista de amigos?

Alberoni (2011) refere que quando se encontra um amigo, mesmo após muitos anos, é como se se tivesse deixado há poucos instantes. Todavia, nesta plataforma não existe esse reencontro, uma vez que os supostos amigos permanecem sempre na lista de amigos do utilizador, mesmo que “inativos” nunca chegam a desaparecer dali, tal como explícito anteriormente.

Tal como reflete Scruton (2010), será que a amizade no *Facebook* pode ser a verdadeira amizade, visto que é perseguida e desenvolvida de modos tão fáceis e sem qualquer esforço e custo? Segundo Baym (2010), os sujeitos podem e desenvolvem relacionamentos pessoais importantes *online*, pois através das redes sociais virtuais pode saber-se mais acerca dos outros do que via *offline*, isto é, conversas cara-a-cara. O autor afirma também que o sucesso do *Facebook* como ferramenta de manutenção de relações, advém do seu alcance amplo, mas seletivo, uma vez que os indivíduos têm a possibilidade de possuir diversos laços fracos ao mesmo tempo, mas também pode servir para manter os laços fortes. Note-se que tais laços fracos facilitam o acesso à informação sem que seja necessário desenvolver um relacionamento próximo e emocional (Cronin, 2009).

3.3. Confiança, normas e expectativas

De acordo com Waldman (2016), o *Facebook*, ao exibir as novidades dos amigos dos utilizadores, aproveita a confiança, motivando-os utilizadores a partilhar. Quando o utilizador pretende pertencer a um grupo, a plataforma mostra quais dos seus amigos fazem parte deste. Tal como acontece quando é recebido um pedido de amizade, pois é logo exibida a quantidade de amigos em comum com esse utilizador. Deste modo, esta informação fornece pistas acerca da confiabilidade do outro, possibilitando transpor a confiança que se tem com um certo amigo para um desconhecido.

Alguns estudiosos das redes sociais virtuais referem que estas não se tratam apenas de um entretenimento, mas também ensinam os utilizadores acerca das regras do espaço social. Ora, isto significa que as novas tecnologias desafiam determinadas normas, existindo a possibilidade de se desenvolverem novas normas para substituir as velhas (Rosen, 2007). Assim sendo, segundo van Dijck (2012), o *Facebook* trata-se de uma demonstração de uma cultura cujas estratégias de publicidade intervêm nas normas de sociabilidade e conectividade.

Contrariamente ao sucedido dentro da rede, as normas sociais que regulamentam o comportamento no contexto *offline*, desde cedo tende a ser bem instituídas. Já dentro da rede, normalmente evoluem de acordo com a tecnologia (McLaughlin & Vitak, 2011). Segundo Baym (2010), as normas sociais estão em constante alteração desde o seu surgimento e estarão, enquanto existirem indivíduos, e as normas para o uso adequado dos meios de comunicação estão num estado permanente de desenvolvimento.

Ora, o papel do público pode ser uma pista para compreender a distinção das normas que regularizam a interação num contexto e noutro. McLaughlin & Vitak (2011) referem que dentro da rede os utilizadores têm a possibilidade de controlar o seu público por intermédio das definições, sendo que as normas das supostas amizades também influenciam a sua composição.

Neste ambiente podem ocorrer violações positivas da expectativa, já que no estudo⁶ realizado pelos autores, os entrevistados mostraram-se surpreendidos ao descobrir que um conhecido ou antigo amigo tinha interesses semelhantes, resultando muitas vezes, em conversas e reavivamento da amizade. Os sujeitos revelaram que receberam mensagens ou foram identificados em fotografias de amigos de infância, sendo que tal violação de expectativa originou uma união.

Veja-se que identificar uma fotografia ou enviar uma mensagem de apoio é algo excepcional em laços fracos, pois para amigos mais chegados, tal comportamento seria considerado normal, mas para conhecidos trata-se de uma violação de expectativas que pode acarretar um impacto positivo nessa amizade (Burgon, 1978, 1993 cit. in McLaughlin & Vitak, 2011).

Por outro lado, de acordo com os autores (McLaughlin & Vitak, 2011), também podem ocorrer violações de expectativas negativas, isto é, no caso em que um amigo identifica outro numa dada publicação que este último considere menos própria e não esteja disposto a removê-la. Portanto, as normas implícitas existem para dirigir as informações partilhadas sobre os amigos do *Facebook*, para além das normas mais comuns que garantem que o *Feed de Notícias* dos amigos não seja invadido por utilizadores não solicitados ((McLaughlin & Vitak, 2011).

A estrutura deste mundo *online* estimula a burocratização da amizade, isto é, o *Facebook* permite classificar os amigos dos utilizadores publicamente, sendo permitido divulgar as preferências nos indivíduos, não se tratando de uma relação privada e íntima nem específica para dois indivíduos (Rosen, 2007; Bucher, 2012). Note-se que fora do ecrã todos os indivíduos classificam os amigos, uns podem ser de confiança para se contar os assuntos mais privados e outros podem ser apenas colegas com quem se conversa em ambientes profissionais, mas esta classificação não é divulgada publicamente.

O facto de se interagir num ambiente cujas pistas utilizadas para criar impressões estão ausentes, é passível de diminuir a capacidade de um sujeito para produzir apreciações claras (Okdie, e outros 2011: 154), porém outras pesquisas relatam impressões mais intensas neste ambiente. Fora do ecrã os indivíduos partilham o que consideram pertinente com os seus amigos ou com um de cada vez e adaptam o que dizem e o modo como o dizem, de acordo com as particularidades do destinatário. Segundo um estudo realizado por Bapna, e outros (2017), os utilizadores ditos “não seletivos”, que os autores consideram aqueles que possuem um número de amigos superior ao da mediana, podem ter mais tendência a confiar apenas nas suas amizades que possuem fora da rede, não confiando obrigatoriamente naqueles que estão interligados via *Facebook*.

⁶ O estudo foi realizado em junho de 2010 em cinco grupos de jovens. O tamanho dos grupos variou entre três a sete elementos e a maioria dos jovens frequentava o último ano da universidade, sendo que a maioria era do sexo masculino.

Hoje em dia, com a existência do *Facebook*, os utilizadores têm necessidade de partilhar a sua vida para toda a sua lista de supostos amigos, na maioria dos casos. Então, os indivíduos deixam de pensar nos seus amigos como indivíduos, modificando-os numa espécie de público ou público sem rosto (Deresiewicz, 2009).

Tal como Rosen (2007) aponta, no mundo *offline*, a sociedade, normalmente, é responsável pela aplicação das normas de privacidade e etiqueta geral. Pelo contrário, dentro da rede, caracterizada por não possuir as fronteiras dos indivíduos do mundo fora dos ecrãs, os desafios de etiqueta transbordam. A autora apresenta exemplos concretos: o que fazemos quando um suposto “amigo” escreve comentários menos próprios no nosso perfil? Caso alguém nos peça em amizade e rejeitarmos, quão séria é essa rejeição? Veja-se que este último exemplo pouco provavelmente aconteceria fora dos ecrãs, pois não se fazem pedidos de amizade, muito menos se rejeitam, a amizade vai crescendo e os indivíduos vão-se apercebendo. A autora refere que alguns destes problemas podem resolver-se com julgamentos instantâneos, sendo que outros podem incitar momentos de angústia.

Deste modo, contrariamente à noção tradicional da amizade, que realça o aspeto voluntário de se tornar amigo, o *software* desta rede social virtual, impulsiona os utilizadores a ligarem-se a outros que já possam conhecer, segundo o algoritmo, perdendo um pouco dessa voluntariedade inerente à amizade (Bucher, 2012).

Há que realçar que, à medida que o *software* do *Facebook* melhora e as interações se personalizam mais, a distinção entre o amigo real e o fictício torna-se menos clara (Donath, 2007).

3.4. A frequência e duração dos contatos

Os estudos referentes às relações nas redes sociais virtuais revelam que este mundo virtual tem espaço tanto para laços fracos como para fortes, sendo que os últimos fornecem mais apoio e os outros são mais distantes (Donath, 2007). No *Facebook*, a lista de amigos num perfil não distingue amigos próximos conhecidos há muito tempo e conhecidos apenas através de olhares. Por um lado, e tal como refere a autora, fora das redes sociais, os indivíduos são bastante cuidadosos a definir as suas amizades, mas por outro ao especificar as relações, o desconforto social aumenta, sendo que possuir uma lista de amigos no *Facebook* vai contra alguns limites públicos. Porque fora do *Facebook* não expomos essa mesma lista, não temos essa clarificação, uma vez que ninguém tem de saber, é pessoal.

No caso do *Facebook*, tal como nas outras redes sociais virtuais, o que indica a força e o contexto dos contatos são os comentários públicos, as mensagens e outras comunicações, a

frequência e o conteúdo desses criam um perfil conversacional de cada relacionamento, sendo que após o relacionamento ser estabelecido toda a interação pode ser uma oportunidade para o reafirmar (Donath, 2007; Baym, 2010). Cronin (2009) suspeita que os utilizadores adicionam ou aceitam amigos, que sabem que se trata de indivíduos com quem não vão interagir, para aumentar a sua popularidade percebida.

Nestas redes é possível entrar e sair de uma suposta relação de amizade facilmente e controlar os amigos, no caso do *Facebook* basta clicar no botão “remover amizade” (Scruton, 2010; Bauman, 2016). Por vezes, quando o utilizador remove supostos amigos, a equipa do *Facebook* emite uma mensagem para o próprio indivíduo ver o que acontece quando remove a amizade de outro: “Reparámos que recentemente removeste a amizade de alguém. Isto significa que essa pessoa vai deixar de ver publicações que partilhas apenas com os teus amigos e não vais poder ver as suas publicações. Não te preocupes, essa pessoa não vai saber que removeste a sua amizade”.

Para além da possibilidade de remover amigos, a plataforma também permite bloquear alguém, isto é, o indivíduo deixa de ver coisas na sua cronologia acerca do outro. Assim, basta o utilizar selecionar o suposto amigo que pretende bloquear e clicar em “bloquear”, sendo que estes não serão informados deste bloqueio. Contrariamente a esta opção, o *Facebook* dispõe de outra designada por “seguir”, isto é, esta rede social virtual dá a possibilidade de o utilizador visualizar atualizações de indivíduos que acha interessantes, mas que não conhece pessoalmente, como é o caso de famosos.

Uma outra particularidade desta plataforma é a possibilidade de “manter a distância”, isto é, algumas estratégias para visualizar menos conteúdos dos outros. Segundo o *Facebook* (2017), aquando se mantém alguém à distância é permitido visualizar menos conteúdos interligados com esse indivíduo; delimitar a capacidade de alguém ver as suas publicações e onde fora identificado, ocultando as publicações do indivíduo que deseja manter a distância, sendo que esse será adicionado à sua “lista de restrições”; e, por último, editar quem pode visualizar publicações antigas.

Aquando de uma amizade nesta rede social virtual e no aniversário do dia em que essa se iniciou, a plataforma oferece ao utilizador um vídeo de “aniversário da amizade”, sugerindo-lhe que o partilhe com os seus amigos. Neste vídeo são apresentadas algumas fotografias em que ambos aparecem, tal como a quantidade de anos em que se tornaram amigos, os gostos que obtiveram nas fotografias em que se encontram juntos, terminando com a seguinte frase: “E mesmo que existam mil milhões de amizades não há nenhuma como a vossa”.

Ora, isso seria impensável acontecer fora do ecrã, pois esta criação e possível quebra da amizade, exige bastante esforço e, neste caso, o conhecimento pela parte do outro que a

amizade realmente terminou. Tal como refere Scruton (2010), porquê arriscar ter problemas no mundo real, quando este substituto simples e rápido está disponível? Fora do ecrã, quebrar ligações trata-se de um evento traumático para os indivíduos. Porém, no mundo virtual, é deveras facilitado, pois basta um clique e já está, ao invés de se possuir 500 amigos, ter-se-á 499 (Bauman, 2012). Isto significa que o recuo atrás do ecrã é um modo de manter o controlo sobre o encontro (Scruton, 2010).

Tal como indicado por Bauman (2016), o facto de as redes sociais virtuais darem a possibilidade de adicionar e remover amigos, ou seja, de controlar os indivíduos com quem se relaciona, faz com que os indivíduos se sintam melhor, uma vez que a solidão é uma grande ameaça nos dias de hoje. Contudo, essa facilidade de adicionar e remover amigos na rede permite que as habilidades sociais sejam desnecessárias.

Uma outra ferramenta que pode ser encontrada nesta plataforma é a possibilidade de adicionar amigos a uma determinada lista, podendo o utilizador colocá-los como amigos chegados, conhecidos ou a uma outra lista personalizada. Ora, caso o indivíduo opte por adicionar um certo amigo à sua lista de amigos chegados, irá receber notificações após as publicações do mesmo. Se, por outro lado, o utilizador escolher adicionar amigos à sua lista de conhecidos, pode excluí-los aquando de publicações, ou seja, tratam-se de sujeitos com quem o indivíduo queira partilhar menos. Por último, o utilizador pode optar por fazer a sua própria lista para organizar os seus amigos, filtrando as histórias que visualiza no seu *Feed de Notícias* ou publicar para amigos específicos. Para além desta lista realizada pelo utilizador, o *Facebook* disponibiliza uma lista inteligente que se baseia na informação adicionada no campo da formação e trabalho e cidade atual, podendo ser editada (Facebook, 2017).

Um dos benefícios da amizade que ocorre no *Facebook* prende-se com o facto de possibilitar uma reconexão entre velhos amigos que não se viam há bastante tempo e ficar em contacto com os distantes. Deresiewicz (2009) aponta que quando estes velhos amigos se tratam de indivíduos que realmente amamos, esta nova ligação se trata de um milagre, o problema é que isto não acontece na maioria das vezes.

De modo a compreender como os utilizadores equilibram a atenção nestes seus “amigos”, Backstrom, e outros (2011: 35) determinaram métricas que se podem repartir em dois grupos: comunicação e visualização. O primeiro grupo diz respeito à interação direta, como enviar uma mensagem ou publicar um comentário, já o segundo prende-se com os utilizadores que visualizam perfis e fotografias de outros utilizadores. Neste sentido, nas modalidades de comunicação o alvo está ciente do que acontece, contrariamente ao sucedido nas modalidades de visualização. Verifica-se então que cada indivíduo pode centrar a atenção dos seus contactos através destas duas modalidades.

II - Pesquisa Empírica

Capítulo 4- Orientações ou opções metodológicas

4.1. Objeto de estudo e objetivos

Com a presente investigação pretende-se estudar o modo como se processa a amizade no *Facebook*, analisando as percepções dos utilizadores desta rede social virtual relativamente a esta. Assim, importa captar as opiniões dos mesmos no que toca ao modo como a amizade se processa nesta rede social virtual e quais as suas experiências e expetativas.

Neste sentido, é relevante apresentar o objetivo principal e os objetivos específicos da investigação:

Objetivo principal: compreender a dinâmica da amizade no *Facebook*.

Objetivos específicos:

- 3.1 Compreender o modo como se desenvolve a amizade no *Facebook*.
- 3.2 Perceber quais as normas e expetativas existentes em relação aos amigos do *Facebook*.
- 3.3 Analisar as percepções sobre as possíveis diferenças entre a amizade dentro da rede e fora dela.

4.1.1 Construção do modelo de análise

O modelo de análise diz respeito à “charneca entre a problemática fixada pelo investigador, por um lado, e o seu trabalho de elucidação sobre um campo de análise forçosamente restrito e preciso, por outro” (Quivy & Champenhoudt, 2005: 259).

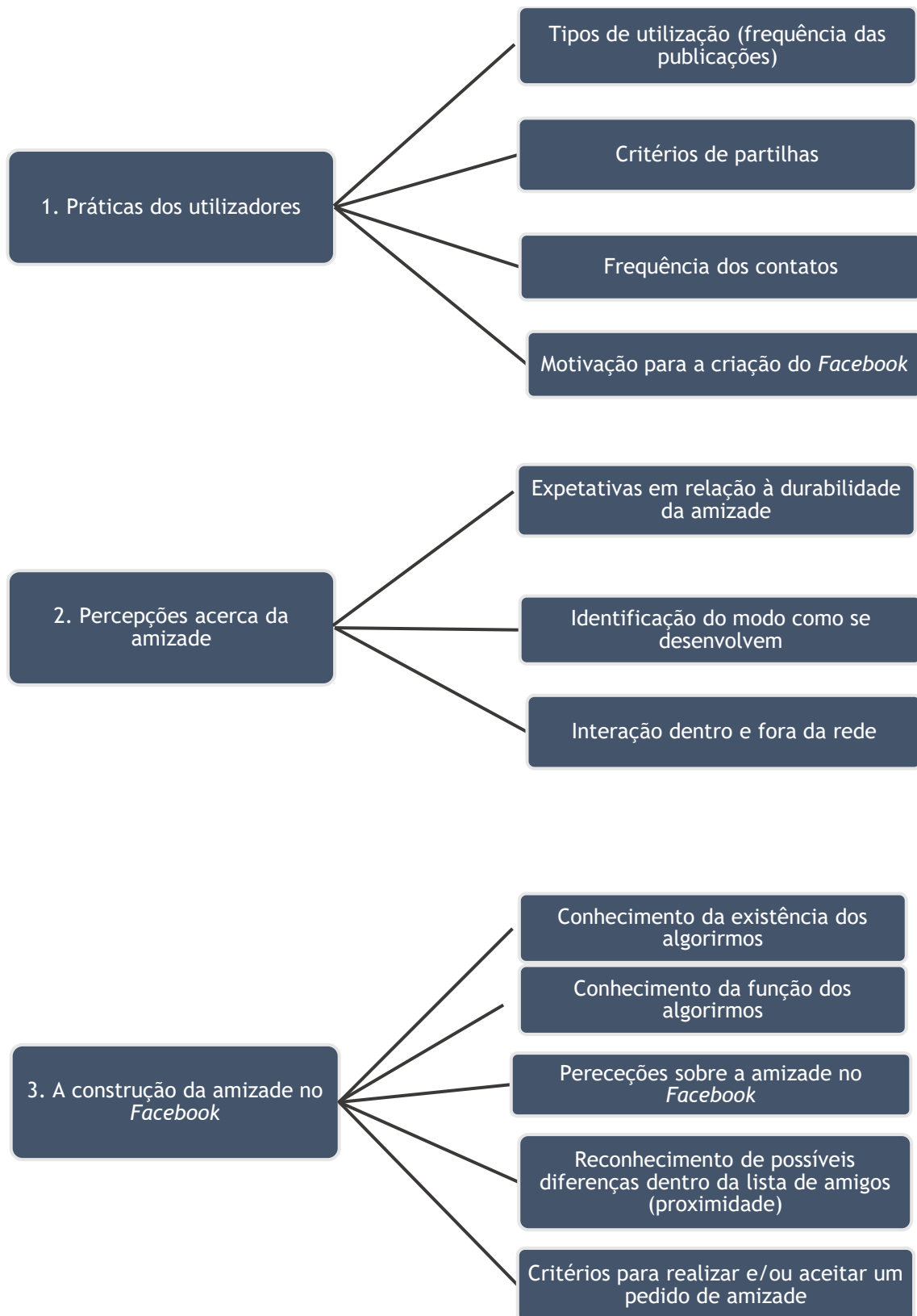


Figura 1-Modelo de análise

4.2. Orientações metodológicas

As orientações metodológicas tratam-se de um modo organizado para se desenvolver um trabalho e alcançar os objetivos traçados inicialmente. Neste sentido, esta ocupa um papel fulcral quando se realiza uma investigação.

Assim, importa referir qual a opção metodológica para a presente investigação.

4.2.1 A utilização da metodologia qualitativa

Visto que a presente investigação diz respeito ao estudo do *Facebook* na ótica das relações de amizade, uma temática bastante recente e muito pouco estudada, e que se pretende captar os significados que os utilizadores dão a essa rede social virtual, às amizades dentro e fora da rede, e a todas as consequências que esta acarreta, a metodologia mais adequada é a metodologia qualitativa. Deste modo irei valorizar a oralidade, uma vez que se pretende dar voz aos indivíduos e daí captar o máximo possível acerca das suas experiências nesta rede social virtual. Portanto, torna-se possível compreender de um modo absoluto o objeto de estudo: o *Facebook*.

A metodologia qualitativa visa compreender a realidade social como percebida pelos sujeitos, interessando-se na compreensão individual, nas causas, valores e circunstâncias que ditam as suas ações. Deste modo, encontra-se mais próxima da realidade, das situações dos indivíduos, possibilitando saber com mais exatidão. Neste tipo de metodologia interessa o caso específico, no grupo e fenómeno da realidade em que se encontra (Serrano, 2007).

Tal como evidenciado por Manuel Freixo (2010), esta é aplicada quando o objetivo do investigador se trata de compreender de um modo absoluto e amplo o objeto de estudo, isto é, a sua principal preocupação é descrever, sendo que só posteriormente se irá preocupar em analisar os dados. Assim sendo, o objetivo desta metodologia é mais do que avaliar, descrever ou interpretar, utilizando assim o método indutivo, ou seja, parte-se da observação para posteriormente se elaborar uma teoria (Freixo, 2010; Ragin & Amoroso, 2011).

Segundo Bogdan e Biklen (1992 cit. in Freixo, 2010), esta metodologia apresenta cinco características principais: a situação natural é a fonte dos dados, sendo que o investigador é considerado o instrumento-chave; o seu primeiro objetivo é descrever e posteriormente analisar os dados; a questão principal é todo o processo (o que aconteceu, o produto e o resultado final); os dados são analisados indutivamente (de dentro para fora) e, por fim, esta foca-se maioritariamente no significado das coisas, ao «porquê» e ao «o quê». Por outro lado, para explicar esta metodologia, Wilson (1977 cit. in Freixo, 2010) baseia-se em pressupostos fundamentais: os acontecimentos devem ser estudados em situações naturais e apenas se

podem perceber se a percepção e interpretação dos indivíduos participantes forem compreendidas.

Ragin & Amoroso (2011) explicam, mais detalhadamente, que os objetivos desta metodologia são: dar voz, interpretar histórica e culturalmente fenômenos significantes e avançar com teoria. O autor afirma que há vários grupos marginalizados na sociedade à qual os cientistas sociais não dão voz, as suas opiniões raramente são ouvidas, assim sendo as suas vidas estão sub-representadas. Portanto, é necessário dar voz a estes grupos que se encontram pouco representados para que assim não sejam excluídos das investigações sociais.

Torna-se também relevante interpretar histórica e culturalmente o significado dos fenômenos, isto é, deve-se dar atenção aos detalhes históricos devido à sua relevância para entender a situação atual. Analisando agora o último objetivo desta metodologia, segundo Ragin & Amoroso (2011), o avanço da teoria segue diretamente de aspetos práticos, sendo que é impossível selecionar os aspetos importantes da evidência sem classificar os conceitos e as ideias da investigação.

Neste tipo de metodologia, investigador deve delimitar qual a informação é útil no decorrer da investigação, tornando-se mais seletivo à medida que ganha mais conhecimentos acerca de cada caso. Muitas vezes, por um lado, esta envolve a clarificação da imagem do investigador relativamente ao sujeito da pesquisa, e os conceitos que enquadram na investigação por outro (Ragin & Amoroso, 2011).

Em suma, neste tipo de metodologia, o investigador utiliza o método indutivo, ou seja, parte-se da observação para posteriormente se elaborar uma teoria.

4.2.2 A entrevista

Tendo em conta os objetivos da investigação, a técnica de recolha de dados que irá ser utilizada na presente investigação é a entrevista. Esta pode definir-se como sendo “uma forma poderosa de ajudar as pessoas a expressar coisas que até então estavam implícitas - para articular as suas percepções e sentimentos” (Arksey and Knight, 1999: 32 cit. in Gray, 2009). De acordo com Gray (2009), as entrevistas podem ser utilizadas quando o objetivo da investigação é explorar, envolver-se e analisar atitudes. Tal como referido anteriormente, este é o principal método de recolha de dados nas investigações qualitativas (Fortin, Côté & Fillion, 2009). Portanto, a utilização desta técnica vai de encontro aos objetivos da investigação, permitindo “dar voz” aos utilizadores do *Facebook* e às suas opiniões relativamente às amígdalas aí presentes.

De um modo sucinto, as entrevistas tratam-se de procedimentos de recolha de informação que utilizam a comunicação verbal, ou seja, são conversas entre indivíduos, na qual um deles é o investigador (Almeida & Pinto, 1975 & Gray, 2009). Estas são consideradas o principal método de recolha de dados nas investigações qualitativas e podem ser utilizadas quando o objetivo da investigação se prende com explorar, envolver-se e analisar atitudes (Fortin, e outros 2009 & Gray, 2009).

Almeida & Pinto (1975) referem que, em princípio, quanto maior for a liberdade dada e a iniciativa deixada aos entrevistados, quanto maior for a duração da entrevista, quantas mais vezes ela se repetir, mais rica e profunda será a informação. Aquando da sua utilização, o entrevistador não deve apenas prestar atenção às respostas verbais, mas a outros componentes como a linguagem corporal do entrevistado que podem ser cruciais para os resultados (Gray, 2009).

São diversos os tipos de entrevista existentes e a sua nomenclatura depende de autor para autor, sendo que a escolha irá depender dos objetivos da investigação. De acordo com Gray (2009), existem cinco tipos de entrevistas: as entrevistas estruturadas, as entrevistas semiestruturadas, as entrevistas não diretivas ou não estruturadas (Freixo, 2010), as entrevistas focalizadas e, por último, as entrevistas informais de conversação.

Optou-se pelo uso das entrevistas semiestruturadas, nas quais o entrevistador possui uma lista de problemas e questões a serem abordados, sendo que a ordem dessas pode ser alterada, dependendo da direção que a entrevista levar e podem também ser utilizadas outras questões que inicialmente não estavam contempladas. (Gray, 2009). Este tipo de entrevistas é utilizado na análise qualitativa, nos casos em que se pretende obter mais informações concretas sobre um certo tema e assemelha-se a uma conversa informal (Fortin, e outros 2009).

Ao existir a possibilidade de acrescentar questões que não estavam inicialmente previstas, dá-se sempre liberdade aos entrevistados para falarem abertamente acerca da sua experiência, tratando-se neste caso específico da utilização do *Facebook* e das relações de amizades que aí “possuem”.

4.3. Caracterização dos entrevistados

Na seleção da população entrevistada, o critério primordial foi possuir *Facebook* e ter idade compreendida entre os 18 e 25 anos de idade.

Dentro desses, considerou-se que a quantidade de amigos nesta rede social virtual poderia revelar-se interessante. Após investigar a média do número de amigos dos meus amigos no

Facebook, constatou-se que 700 seria um número de referência para a quantidade de amigos, nunca esquecendo que a maioria possuía mais do que este número. Assim, optei por distinguir dois grupos: um grupo diz respeito aos indivíduos que possuem menos de 700 amigos no *Facebook* e o outro aos que possuem mais de 700 amigos.

Quanto ao número de entrevistas, realizaram-se 20 entrevistas, isto é, 10 indivíduos de cada grupo. O local de residência dos entrevistados varia entre a Covilhã e a Guarda, sendo executadas durante o mês de julho do presente ano.

No que toca ao género, tentei equilibrar os entrevistados, inquirindo cinco indivíduos do sexo masculino e cinco do sexo feminino. Contudo, ao longo da fase de realização das entrevistas, apercebi-me que não iria conseguir esse equilíbrio no que dizia respeito ao grupo que possuía menos de 700 amigos nesta rede social virtual, ou seja, neste grupo apenas me foi possível entrevistar 4 indivíduos do sexo masculino.⁷

As habilitações literárias destes entrevistados variam entre o 12ºano, licenciatura e pós-graduação.

A duração das entrevistas varia entre os 6 e os 15 minutos, uma vez que alguns entrevistados não desenvolveram tanto o tema, contrariamente a outros.

Inicialmente a recolha da amostra sucedeu com indivíduos conhecidos, mas posteriormente utilizou-se o sistema bola de neve para inquirir outros indivíduos.

Abaixo pode ver-se a tabela com a caracterização de cada um dos indivíduos inquiridos.

⁷ O que significa que o grupo de indivíduos que possuem mais de 700 amigos no *Facebook*, possui mais um elemento do sexo masculino, comparativamente com o outro.

Tabela 1 - Caracterização dos entrevistados

Participante	Idade	Sexo	Habilitações literárias	Idade com que criou o Facebook	Tempo gasto no Facebook (diariamente)	Número de amigos no Facebook	Quantos considera serem seus amigos	Quantos não conhece
Entrevistado 1	21	Masculino	Licenciatura	14 anos	No mínimo 2 horas	Por volta de 1300	10	Metade
Entrevistado 2	18	Masculino	12º ano	13/14 anos	1h/2h	680	20/30	50/100
Entrevistado 3	21	Feminino	12º ano	16 anos	Cerca de 1h30min	1100	50/60	Para aí uns 400
Entrevistado 4	23	Feminino	Licenciatura	15 anos	4h	800	20	Conhece todos.
Entrevistado 5	23	Feminino	Pós-graduação	15/16 anos	2h mais ou menos	687	20/30	Conhece todos
Entrevistado 6	22	Masculino	12º ano	15 anos	Nem 1h	1200	100/cento e tal	Conhece todos
Entrevistado 7	22	Feminino	12º ano	16/17 anos	Mais de 3h	500 e qualquer coisa	20/30	Conhece quase todos
Entrevistado 8	22	Feminino	Licenciatura	15/16 anos	2h	1000	10	Metade
Entrevistado 9	21	Feminino	Licenciatura	12/13 anos	2h	300/400	70	Se houver são muito poucos
Entrevistado 10	22	Masculino	Licenciatura	15/16 anos	Menos de 1h	Entre 500 e 1000	Menos de metade	Conhece todos
Entrevistado 11	21	Feminino	Licenciatura	13/14 anos	1h	Por volta de 500	10/15	Conhece todos
Entrevistado 12	21	Masculino	12º ano	19 anos	1h	426	200	2 ou 3
Entrevistado 13	19	Masculino	12º ano	12/13 anos	2h	1564	Metade	Poucos ou quase nenhum
Entrevistado 14	19	Feminino	12º ano	14 anos	Mais de 3h	Mil e poucos	200/300	Conhece todos
Entrevistado 15	21	Feminino	12º ano	14 anos	3h no máximo	80 e poucos	20 ou menos	Conhece todos
Entrevistado 16	23	Feminino	Licenciatura	16/17 anos	De 2 a 3h	900 e poucos	100	Conhece todos
Entrevistado 17	23	Feminino	Mestrado	14/15 anos	1h no máximo	500 e qualquer coisa	50	Conhece todos
Entrevistado 18	24	Masculino	Licenciatura	18 anos	2h	270/280	20/25	Pode aparecer um ou outro
Entrevistado 19	24	Masculino	Licenciatura	19/20 anos	2h/3h	1000	20/30	250
Entrevistado 20	24	Masculino	Licenciatura	18 anos	Mais de 3h	1000	Menos de 20	Conhece todos

Capítulo 5 - Análise e Interpretação dos Dados

5.1. Práticas dos utilizadores

Aquando da questão acerca da quantidade de amigos no *Facebook*, é-me possível concluir que apenas cinco entrevistados acertaram nesse número. A maior parte deles (11) mencionou um número abaixo do número real, o que significa que não têm total noção do tamanho da sua lista de amigos, sendo que os casos mais dispersantes foram: o entrevistado 14 que pensava ter mil e poucos amigos e na realidade tem 1804; o entrevistado 9 que achava ter 300/400 e tem 886; e, por último, o entrevistado 13 que dizia ter 1564 e tem 1945. Note-se que se tratam de diferenças de 700/486/381, ou seja, diferenças enormes da realidade. Os restantes quatro indivíduos referiram uma quantidade maior do que aquela que realmente possuem, tratando-se de uma diferença menor, comparativamente aos casos anteriores, uma vez que a maior se trata de 285.

Analisando a caracterização dos entrevistados, constata-se que a maioria (11) conhece todos os seus amigos no *Facebook*, sendo que os restantes conhecem: 50%, 85,5%, 73%, 50%, 99,3%, 75%, 99,4%, 99,9% e 99,6%. Assim, pode confirmar-se a teoria de Croom, e outros (2015) que revela que quanto menos amigos *online* um indivíduo possui, mais facilmente irá reconhecê-los do que aqueles que possuem muitos, uma vez que seis dos entrevistados que dizem conhecer todos os seus amigos *online*, possuem menos de 700 amigos nesta rede social virtual.

Visto que todos os entrevistados recorrem ao *Facebook* diariamente, pode concluir-se que, tal como apontado por Krasnova e outros (2008), apresentam um alto nível de identificação, pois tendem a incluir as redes sociais virtuais nas suas rotinas.

Os dados obtidos pelas entrevistas realizadas, ditam que sete dos entrevistados realizam publicações nesta rede social virtual uma vez por mês e outros sete, duas ou três vezes por mês. Os restantes entrevistados dividem-se entre uma vez por semana, uma vez por ano, de meio em meio ano ou de quatro em quatro meses, e apenas um dos entrevistados refere que não costuma publicar nesta rede social virtual.

No que toca ao tipo de publicações, a maioria dos entrevistados refere que publica fotografias e notícias que, em alguns casos se tratam de áreas concretas. Seis destes também mencionam as músicas, e apenas num caso foram referidas as publicações escritas pelo próprio, tal como a partilha de animais perdidos ou para adotar.

Quanto às possíveis diferenciações de partilhas, todos os entrevistados relatam que as publicações são realizadas para toda a lista de amigos, visto que:

“Toda a lista de amigos porque lá está, como não tenho assim uns amigos exorbitantes e como as publicações que faço não costumam ser coisas muito privadas, eu quando publico é porque sei que as pessoas vão ver, não é? Portanto, não tenho problemas em partilhar para toda a gente.” (Entrevistado 11)

Apenas o entrevistado 4 refere que essas publicações não são públicas, são restritas aos amigos, ou seja, os que não se encontram na sua lista de amigos não conseguem ter acesso a tais publicações.

No que diz respeito às razões das partilhas, muitos entrevistados referem que depende do tipo de publicação e que não tem uma razão concreta. Contudo, há respostas que se repetem:

1. Para manter a sua página atualizada, ou seja, para atualizar:

“Para mudares, mesmo. E mesmo assim para mudar é só mesmo “ih, já tenho isto aqui há um ano, se calhar mudava isto”, só mesmo para não estar sempre igual, mas pronto, basicamente é isso.” (Entrevistado 18)

2. Para partilhar, porque gosta de partilhar:

“O meu *Facebook* é um espaço que se destina a mim e se é algo do meu interesse, algo que eu acho interessante, gosto de partilhar com os outros...” (Entrevistado 1)

3. Devido ao gosto pela fotografia, no caso das fotografias:

“As fotografias é porque gosto da fotografia e quero partilhar...” (Entrevistado 7)

4. Interliga-se com o estado de espírito, no caso das músicas:

“Sei lá, sou muito bem-disposta, estou muito feliz, está um dia muito fixe, “olha esta música”. Lá está, eu partilho mais é a nível de músicas e se calhar uma música que naquele dia esteja a fazer todo o sentido, pronto partilho...” (Entrevistado 11)

5. A necessidade de dar a conhecer casos, coisas que considera importantes para os outros verem:

“As notícias é mais para dar a conhecer os casos porque muitas vezes passamos por uma notícia, mas não ligamos, mas se passarmos por ela duas ou três vezes somos obrigados a ler, não é? E então acho que quanto mais partilhas tiver, melhor para ser divulgado.” (Entrevistado 16)

6. Gosta que os outros vejam o que partilham, com quem ou onde se encontra:

“Normalmente coo publico fotos, é porque gosto das fotografias e quero mostrar aos meus amigos ou com quem estou, ou onde estou.” (Entrevistado 3)

Aquando do questionamento acerca da motivação para a criação do *Facebook*, a maioria dos entrevistados (11) destacaram o facto de, na altura, se tratar de uma moda/tendência, veja-se:

“Toda a gente utilizava e eu ainda nem sequer sabia mexer no *Facebook*, mas como toda a gente utilizava criei.” (Entrevistado 9)

“Já não me lembro, mas na altura sei que o *Facebook* era relativamente recente e depois aquilo virou moda na escola e acho que foi muito por aí, toda a gente na turma tinha, a gente disse “ah, tens de criar”, depois pronto criei.” (Entrevistado 18)

Aqui está presente a influência social como elemento determinante no uso desta rede social virtual, tratando-se neste caso específico da denominada conformidade que se trata do momento em que o indivíduo começa a utilizar uma tecnologia por influência de familiares ou amigos (Kelman, 1974 cit. in Capua, 2012).

Nos restantes casos foram mencionadas as seguintes razões: manter o contacto com os amigos e comunicar (4), ver coisas da escola (1), curiosidade em experimentar (2), jogar (1) e partilhar fotografias (1).

Na realização das entrevistas foi possível verificar que a maioria dos entrevistados (14) já pensaram, em algum momento da sua vida, remover a sua conta no *Facebook*, sendo que quatro deles já chegaram mesmo a fazê-lo. As justificações mais referidas prenderam-se com o facto de:

1. Possuir amigos que desconheciam:

“Já tive duas contas no *Facebook*, esta é a segunda, a primeira eliminei. Quis fazer uma limpeza e então decidi eliminar e voltar a fazer um de novo e voltar a adicionar as pessoas todas de novo.” (Entrevistado 20)

2. Estavam fartos e/ou não viam tanta vantagem nesta rede social virtual, como é o caso dos seguintes entrevistados:

“Sim. Porque acho que não tem nada de vantajoso.” (Entrevistado 8)

“Sim, já o eliminei até. Na altura fartei-me daquilo, foi um verão que fiquei mesmo sem *Facebook*, foi muito bom, por acaso foi muito bom.” (Entrevistado 18)

As restantes justificações foram: porque estava a ser “seguido”; por considerar que se trata de um vício; porque não lhe dá tanto uso; porque considerava que não valia a pena, mantinha relações que não valiam a pena estarem pelo *Facebook*; e, por último, porque é um motivo de distração, principalmente na época de exames.

A maior parte dos entrevistados (14) mostram-se satisfeitos em relação ao *Facebook*. Quanto aos restantes, 4 deles nem estão satisfeitos nem insatisfeitos, 1 deles encontra-se muito satisfeito e apenas 1 diz não ter opinião relativamente a isso.

Pode concluir-se que, no que toca aos tipos de utilizadores (Universidade Brigham Young), a maior parte dos entrevistados (8) são considerados “construtores de relações”, seguindo-se os “espetadores” (7), os “pregoeiros” (4) e os “selfies” em apenas um entrevistado. Assim, a maioria dos indivíduos utilizam o *Facebook* para fortalecer relações existentes, publicam regularmente e comentam imagens e atualizações partilhadas pelos outros. De seguida, o tipo mais frequente trata-se de indivíduos que raramente publicam informações pessoais, partilham ou fazem atualização, gostam de ver o que se passa na vida dos outros, considerando esta rede social virtual quase como uma obrigação social.

No que toca aos aspetos positivos acerca desta rede social virtual, verifica-se que o mais mencionado pelos entrevistados (7) foi a possibilidade de saber/ver o que os outros estão a fazer, ver as suas novidades, seguindo-se da facilidade de comunicação (5). Acrescem ainda os seguintes aspetos: o *chat* (3), a gratuidade (3), a possibilidade de falar com quem se encontra longe (3), comunicação à distância (3), as videochamadas (2), encontrar pessoas que não viam há muito tempo (2), contacto com os amigos/pessoas (2), rapidez no acesso às notícias (1), meio de partilha de informação (o caso dos grupos) (1), modo das pessoas se conhecerem (1), divulgação de eventos

(1), alcançar o maior número de pessoas (1), possibilidade de ser uma rede de trabalho (1) e facilidade de acesso (1).

Quanto aos aspetos negativos, o mais mencionado foi a questão da demasiada exposição (6), sendo que um dos entrevistados acrescentou as suas consequências. Note-se que, tal como mencionado por Deresiewicz (2009), os utilizadores têm necessidade de partilhar a sua vida para toda a lista de amigos, na maior parte dos casos, deixando de pensar nos seus amigos como indivíduos, transformando-os num tipo de público ou público sem rosto.

Seguidamente apresenta-se a falta de privacidade (3); a possibilidade de não se ser quem se diz ser (3); a possibilidade de se dizer tudo, sem que nada aconteça (2); o facto de tudo o que se insere na Internet ficar lá para sempre (2); o controlo da vida alheia (2); a possibilidade de ser uma relação um pouco impessoal (por não ser cara-a-cara) (2); e o facto de qualquer pessoa poder encontrar outro (2). Contudo, tal como o entrevistado 16 apontou:

“Tudo depende do que se lá publica e do que deixamos os outros ver, de quem adicionamos como amigo, tudo depende...”

Há que destacar que esta possibilidade de não se ser quem se diz ser, já existe desde sempre, pois os indivíduos podem ter uma personalidade encenada, uma imagem que se pretenda que os outros tenham dele, a diferença é que o *Facebook* se trata de mais um “palco” (Goffman, 2002).

Os aspetos menos abordados foram os seguintes: a questão da vigilância (1); ser tempo malgasto (1); vírus (1); comentários depreciativos (1); notícias desinteressantes (1); páginas de vendas adicionadas por outros utilizadores (1); o facto de estarem muitas pessoas na plataforma, os amigos de amigos, os amigos (1); rapidamente se espalha a informação e as fotografias (1); demasiadas partilhas (1); o encobrimento (1); o aceitar quem não se conheça (1); a necessidade de se recorrer ao *Facebook* para ver o que se passa (1); e, por fim, o isolamento em casa, por parte dos adolescentes (1).

5.2. Perceções acerca da amizade

Todos os entrevistados mostraram-se decididos aquando da questão acerca da preferência da interação com os seus amigos, todos preferem a interação fora do ecrã, sendo que a justificação mais dada (9) prendeu-se com o facto de darem preferência ao contato/interação pessoal:

“Fora, mas não tenho oportunidade de o fazer regularmente, mas dou sempre preferência ao contato pessoal porque acho que é muito melhor falamos,

conseguimos falar diretamente, o contato ocular é importante. Muitas vezes eles no *Messenger* podem dizer que estão bem e cara-a-cara é mais fácil detetar se realmente eles estão assim tão bem, é diferente, dou sempre preferência ao contato pessoal.” (Entrevistado 17)

“Claro que fora do *Facebook* estando com a pessoa é muito melhor, não é? Cara-a-cara e falar com a pessoa, agora dentro do *Facebook* aquilo é uma realidade que... não é?” (Entrevistado 19)

Uma outra justificação muito comum, dada por cinco dos entrevistados, prende-se com a possibilidade de ver as expressões dos outros e/ou o que estão a fazer naquele momento. Veja-se dois exemplos ilustrativos:

“Fora principalmente. É diferente estás, em contacto com eles, conversas à vontade, sabes a expressão que as pessoas estão a fazer ao falar contigo, apesar de existirem os *smiles* sabes lá se se estão a rir, se estão a chorar.” (Entrevistado 6)

“Fora da rede, sem dúvida. Porque na rede é uma coisa virtual, é uma conversa virtual, é um ambiente todo virtualizado e eu a falar contigo no contexto fora do *Facebook*, é uma coisa totalmente diferente porque é a realidade, é o contacto, é as expressões, é toda uma panóplia de coisas espetacular.” (Entrevistado 10)

As restantes justificações foram relativas ao facto de o utilizador não gostar de escrever; de ter receio de pirataria, perfis falsos e que descubram a sua palavra passe; de não se conseguirem construir relações através do *Facebook*; da interação cara-a-cara ser mais real/fácil; e do facto de, no caso interação cara-a-cara, a resposta ser espontânea. Neste sentido, pode verificar-se o argumento de Lee e outros (2011) que refere que a comunicação cara-a-cara e o contacto interpessoal irão manter-se relevantes no desenvolvimento de relacionamentos a longo prazo e apoio recíproco entre os indivíduos.

Ao analisar as respostas referentes à questão da facilidade da manutenção da amizade, constata-se que a maioria dos entrevistados (13) considera que a amizade é mais fácil de manter fora da rede. As justificações mais frequentes para tal resposta foram:

1. Os amigos verdadeiros conhecem-se antes da existência do *Facebook* /a possível quebra não é tão fácil como nesta rede social virtual (dois entrevistados):

“Os verdadeiros amigos conhecemo-los aos anos, antes de existir *Facebook* e tentamos preservá-los ao máximo fora disso. O *Facebook* são amizades virtuais.” (Entrevistado 19)

2. O facto de existirem expressões que o *Facebook* não consegue transmitir (três entrevistados):

“Fora. Porque tu através do *Facebook* não fazes nem metade das coisas que podes fazer na vida real, no *Facebook* podes enviar gostos, fotos, vídeos, mas não podes transmitir um olhar.” (Entrevistado 13)

3. A amizade verdadeira ser cara-a-cara (quatro entrevistados):

“Fora. Porque se são mesmo teus amigos é para tu criares laços com eles fora, não é só numa rede social a pões uma foto com eles de vez em quando porque isso... isso toda a gente faz.” (Entrevistado 5)

As restantes justificações prenderam-se com o facto de ser muito raro ter conversas com os seus amigos nesta rede social virtual (um entrevistado); o facto de estarem juntos pessoalmente (um entrevistado); receio de uma possível pirataria, pedidos de amizades de perfis falsos (um entrevistado); e, por fim, as “mesquices” (um entrevistado).

Apenas quatro entrevistados consideram que esta manutenção é mais fácil dentro da rede, argumentando o seguinte:

“É muito mais fácil manter a amizade na rede porque na rede podemos conseguir esconder partes de nós que não queremos mostrar... podemos mostrar ser uma pessoa que na realidade não somos, podemos querer mostrar só o nosso lado bom.” (Entrevistado 1)

“Dentro, porque por vezes quando estamos mais vezes com as pessoas cá fora fartamo-nos e pode haver chatices e no *Facebook* não é tanto assim porque tu podes deixar de falar com a pessoa e depois encontrarem-se cá fora e falarem-se na mesma.” (Entrevistado 3)

“Dentro. Porque se calhar não falamos tanto assim, cara-a-cara, mas por *Facebook* se calhar até falamos todos os dias e cara-a-cara se calhar nem nos vemos. E não teres disponibilidade ou não te apetecer sair de casa e ali falas com a pessoa todos os dias.” (Entrevistado 15)

“Por essa razão, porque se a minha amizade for só diretamente, se calhar já não tinha tantos amigos como tenho no *Facebook*, é mais fácil falar com eles diretamente por lá e saber deles por lá porque um telefonema não custa, é verdade, mas com tantas coisas no dia-a-dia acabamos por nos esquecer e sair todas as semanas não dá, estou fora, estou deslocada, portanto acho que é mais

fácil manter as amizades pelo *Facebook*, lembrar se está tudo bem por lá, acho que é mais fácil.” (Entrevistado 17)

No que toca aos restantes entrevistados, um deles afirma que depende, pois no caso dos envergonhados é mais fácil mantê-la dentro; outro deles diz ver ambas as partes, não consegue decidir entre uma delas; e, por fim, o outro entrevistado menciona que a amizade se mantém, quer dentro quer fora do *Facebook*.

A maioria dos entrevistados (14) afirma que as suas amizades permanecem iguais com a utilização do *Facebook*, ou seja, este não serve para as fortalecer nem enfraquecer. Contudo, para os restantes seis indivíduos, esta rede social virtual serve para fortalecer as suas amizades. Neste sentido verifica-se que nenhum entrevistado considera que o *Facebook* serve para enfraquecer as suas amizades.

Pode também constatar-se que metade dos entrevistados (10) já transpôs amizades feitas no *Facebook* para fora, sendo que em cinco casos se trata mesmo do/da atual namorado/namorada:

“Já, é curioso isto... de facto foi a minha namorada, eu conheci no *Facebook* por volta dos meus 17/18 anos e por acaso olha, deu um amor bonito.”
(Entrevistado 10)

“Já, mas lá está... por exemplo o meu namorado, eu conhecia-o de vista e tínhamos estado juntos num encontro juvenil, mas não... mas falámos lá, só olá e adeus, e o *Facebook*, como ele estava longe, fez com que começássemos a falar e com que fosse crescendo a amizade inicial, estás a perceber? Foi um meio de fazer a amizade crescer e depois encontrávamo-nos e depois aí é que houve a troca de telefones e isso tudo. Lá está, isso foi bom porque eu já conhecia a pessoa, mas se eu não a conhecesse, nunca teria falado com ela sequer.” (Entrevistado 16)

Assim verifica-se que, tal como evidenciado por Baym (2010), os indivíduos podem e desenvolvem relacionamentos pessoais importantes *online*, pois nestes meios é possível saber-se mais sobre o outro do que cara-a-cara.

5.3. A construção da amizade no *Facebook*

Ao analisar a questão acerca dos pedidos de amizade, é possível concluir que todos os entrevistados possuem critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade, sendo que muitos deles mencionam que no passado não possuíam tais critérios. Tais situações podem ser explicadas através da popularidade percebida (Cronin, 2009). O entrevistado 11 chega mesmo a mencionar tal questão:

“Era na altura em que era uma garota e que achava que ter amigos no *Facebook* era muito fixe e que aumentava muito a... Aquela ideia de que ser popular é bom e que queremos que as pessoas saibam quem nós somos e não sei quê.”

A maioria dos entrevistados (13) indica como critério os conhecidos de vista e os restantes (7) mencionam os conhecidos, podendo não incluir os de vista.

Juntamente com estes, obtiveram-se outros critérios como: pessoas que frequentem a mesma escola (1), rapazes bonitos (mesmo que não conheça) (1), amigos em comum que por vezes aceitam (3) e indivíduos com quem já tenham privado (2).

Três dos entrevistados acrescentaram ainda que se não gostar da pessoa, e mesmo que seja conhecida, não aceita; caso se trate de um perfil falso chega mesmo a bloquear, para que não seja feito outro pedido de amizade; e, o outro, referiu que há familiares que não aceita:

“O critério é: pessoas que eu conheça de vista, que eu saiba. Depois também familiares, também sou muito restrita a nível da família, por exemplo tenho adicionada a minha mãe, mas há muitas coisas que ela não vê. Existe uma recriminação, digamos assim. Depois há outros familiares com quem eu não me dou tanto que acho que não me sinto à vontade para partilhar certas coisas, fotografias basicamente, então não aceito simplesmente.” (Entrevistado 16, ver sinopse em anexo)

No que diz respeito à interação com os amigos nesta rede social virtual, a maioria dos entrevistados (9) troca mensagens privadas diariamente e quatro interagem com os seus amigos diariamente, trocando um pouco de tudo (*likes*, comentários, mensagens, entre outros). Assim, conclui-se que a atividade mais aludida pelos entrevistados são as mensagens privadas (*Messenger*), o que significa que os entrevistados preferem a comunicação mais composta, a que apresenta mais conteúdo e requer mais esforço (Burke & Kraut, 2014).

Em todos os casos, tal interação é realizada para uma lista mais restrita, quer isto dizer que os entrevistados não o fazem para toda a lista de amigos, verificando-se assim o que fora citado por Cronin (2009), isto é, é muito pouco provável interagir com toda a lista de amigos, nesta rede social virtual. A maioria dos entrevistados (13) mencionou que essa lista mais restrita se trataria dos que considerava seus amigos, do seu grupo de amigos, veja-se os seguintes exemplos:

“Os meus amigos mais próximos fora da rede social.” (Entrevistado 3)

“Os amigos mais chegados, 10 amigos mais chegados, se tanto.” (Entrevistado 5)

“Amigos mesmo chegados, aqueles com quem eu me encontro fora da rede social.” (Entrevistado 8)

“Os meus amigos reais, por assim dizer.” (Entrevistado 10)

“Com aqueles que me dou mais, que considero o meu grupo de amigos.” (Entrevistado 19)

Obtiveram-se outras respostas como: pessoas que perguntam algo (1), com quem interage mais pessoalmente (1), pessoas concretas (namorado e ex-colega de casa) (1), família (1), pessoas mais chegadas (2) e amigos da universidade (1). Note-se que, para além desta resposta, três destes entrevistados também mencionaram os amigos:

“Amigos da universidade, amigos de longa duração.” (Entrevistado 1)

“Os que são meus amigos ou às vezes pessoas que me perguntam qualquer coisa.” (Entrevistado 4)

“Família, amigos mais chegados.” (Entrevistado 14)

É interessante constatar que apenas dois entrevistados nunca removeram amigos da sua lista de amigos virtual no *Facebook*, ou seja, dezoito deles já o fizeram. As razões variam entre: não conhecer a pessoa (11); tratava-se de alguém chato (2); essa pessoa deixou de fazer parte da sua vida (2); a amizade já não era a mesma coisa (2); tratava-se de alguém que não fazia falta nenhuma (1); não se sentia bem com o que os outros visualizavam (1); motivos pessoais, chatear-se com a pessoa e o designado “facejacking” (trata-se de quando outra pessoa “invade” o *Facebook* de outra, adicionando amigos, fazendo publicações, por norma faz-se entre amigos como forma de brincadeira) (1). Note-se que alguns dos entrevistados apresentaram mais do que uma razão.

Torna-se possível concluir a enorme facilidade de entrar e sair de uma suposta relação de amizade e controlar os amigos, apenas é necessário clicar no botão “remover amizade” (Scruton, 2010 & Bauman, 2016), ou seja, os indivíduos preferem fazê-lo do que arriscar a ter problemas na sua vida real (Scruton, 2010).

Quanto à perceção acerca da dimensão da lista de amigos, a maior parte dos entrevistados (16) já a considerou demasiado grande. Dentro destes, três revelam sentir desconforto quanto a isso e cinco dizem não o sentir:

“Não é desconforto, é pensar que não faz sentido ter adicionado pessoas que não me dizem nada.” (Entrevistado 1)

“Sim, tipo, “olha esta pessoa não conheço de lado nenhum e sabe o que é que eu ando a fazer” e se calhar nem sabia que era amigo dela, com tanta pessoa não tinha a noção que era amigo dessa pessoa no *Facebook*.” (Entrevistado 6)

Os restantes indivíduos referenciam que sentiram que possuíam amigos na sua lista que não faziam falta, não tinha necessidade que vissem as suas coisas, nem eles as delas (2); fizeram “limpezas” (2); sentiram que não existe necessidade de tantos indivíduos verem o que está a fazer, mas que é trabalhoso remover amigos da sua lista (1); não sabia como chegara aquele ponto, uma vez que antigamente achava que o *Facebook* era muito bom e ter amigos também (1); sentiram que tinha de remover esses amigos devido a não querer que vissem as suas partilhas (1); e, por último, eliminaram esses amigos para não eliminar a sua conta e adicionar os outros novamente (1).

Veja-se o seguinte caso:

“Não senti desconforto e deixei lá estar essa lista.” (Entrevistado 13)

Neste sentido, constata-se que três indivíduos que preferem publicar com menos frequência do que fazer as ditas “limpezas” à sua lista de amigos do *Facebook*, contrariamente a outros nove, sendo que um deles optou por criar uma conta nova.

Todos os entrevistados demonstraram conhecer um dos algoritmos presentes no *Facebook*, “pessoas que talvez conheças”. Contudo, um deles não sabe porque aparece, outro considera que aparece por acaso, três não têm bem noção do que se trata e quinze sabem do que se trata. Conclui-se que a maioria dos entrevistados (13) já adicionou algum amigo através desse mesmo algoritmo, o que quer dizer que tal estratégia empregue para sugerir e aumentar o início das amizades (Bucher, 2012), funciona na maior parte dos casos.

No que diz respeito à relação entre o *Facebook* e o nível de conhecimento da vida dos amigos, treze entrevistados referem que é necessário recorrer a esta rede social virtual para saberem mais sobre a vida dos seus amigos, ou seja, caso esta não existisse não saberiam o mesmo sobre a vida deles:

“Não, claro que não (sabia as mesmas coisas), porque acabamos sempre publicar a nossa história no *Facebook*.” (Entrevistado 2)

“Acho que por vezes dá para saber um pouco mais através do *Facebook*, acho que sim. Porque às vezes nem tudo se diz, não é? Às vezes, por exemplo, vão de férias e não dizem e a gente vê aquilo no *Facebook*, por exemplo, e vê uma foto de férias “olha este foi de férias, nem disse nada” (Entrevistado 20)

Cinco deles mencionam que, caso se trate de um amigo mais chegado, saberiam o mesmo, mas caso seja um conhecido ou um amigo mais distante ou que fale menos, o *Facebook* ajuda a saber mais acerca da sua vida:

“Acho que isso só se aplica mais quando nós não conseguimos estar diariamente com os nossos amigos e eles são de longe, o *Facebook* ajuda. Uma pessoa partilha uma coisa ali, tu sabes o que essa pessoa está a fazer, tirando isso acho

que não. Acho que as coisas importantes não se sabem através do *Facebook*.” (Entrevistado 11)

“Lá está, aqueles amigos com que me privo mais sou capaz de... ou seja, de falar e isso, saber a vida deles. Agora daqueles que falo pouco e conheço assim mais de vista é normal que, se publicou, uma pessoa sabe mais da vida deles, não é? E se dão a esse luxo.” (Entrevistado 19)

Apenas dois consideram que não é necessário recorrer ao *Facebook*, ou seja, caso não existisse esta rede social virtual, saberiam o mesmo sobre a vida dos seus amigos:

“Acho que sim, acho que sabia as mesmas coisas.” (Entrevistado 5)

“Não é necessário recorrer ao *Facebook*.” (Entrevistado 7)

Por último, a maior parte dos entrevistados (8) considera que o *Facebook* vai passar de moda, uma vez que os indivíduos já começam a recorrer mais a outras redes sociais virtuais, como é o caso do *Instagram*:

“Não me parece, e acho que está em decréscimo e está a ser substituída por outras redes sociais, como por exemplo o *Instagram*. Pessoalmente, eu utilizo muito mais vezes o *Instagram* do que o *Facebook*, antes utilizava muito mais o *Facebook*.” (Entrevistado 8)

“Sinceramente, eu acho que agora as pessoas já não vão tanto ao *Facebook*, pelo menos as pessoas com quem eu me dou. Porque há outras formas de comunicar, outras aplicações, não sei... Se calhar, se virmos o *Facebook* na parte só do *Messenger* então não, isso vai ser sempre utilizado, acho eu. Agora o *Facebook* de partilhar, publicações, fotos, acho que já esteve mais na moda, por assim dizer.” (Entrevistado 9)

Sete entrevistados são da opinião que esta rede social virtual vai passar de moda, mas para isso acontecer terão que aparecer outras que lhe farão frente:

“Eu penso realmente que é uma moda porque as redes sociais em si são uma moda. Antes tínhamos o *Hi5* que era muito popular, agora veio o *Facebook*, já está há algum tempo até no mercado, não é? o *Facebook* pode ter tanta atração ou pode dar tanto jeito às pessoas para se comunicarem como uma nova rede social que possa surgir e que esteja mais na “moda” e que possa atingir um patamar tão igual ou superior ao que o *Facebook* já atingiu, em termos de comunicação.” (Entrevistado 10)

Os restantes entrevistados referem que esta rede social virtual irá chegar a um ponto que acabará (1); não há tendência para acabar, mas caso aconteça é devido a aparecer outra rede melhor (1); irá crescer até aparecer outra rede social virtual melhor (1); e,

por fim, irá crescer apesar do surgimento de novas redes sociais virtuais para concorrerem com esta (1).

Considerações finais

A tecnologia está a tornar-se parte integrante da vida quotidiana, ou seja, cada vez mais se verifica uma estreita relação entre esta e a sociedade. Porém, as opiniões acerca de tal relação divergem bastante, sendo que uns autores valorizam mais a tecnologia e as suas potencialidades, do que outros.

A comunicação mediada, e mais concretamente os dispositivos móveis, trouxeram várias alterações ao quotidiano dos indivíduos, tendo um papel fulcral na nossa sociedade. Apesar dos indivíduos passarem menos tempo cara-a-cara, mantêm-se atualizados do que ocorre na vida dos outros, tornando-se assim complicado constatar que as suas consequências sejam universais (Donath, 2007).

O *Facebook* modificou o paradigma da Internet, pois é comparável a um mercado moderno, onde os utilizadores estão constantemente a atualizar-se acerca da vida dos outros e onde as informações inseridas pelo mesmo, são vendidas para os anunciantes.

No *Facebook*, é deveras fácil ser-se amigo de alguém, uma vez que basta apenas um “clique”. Contudo, este também permite, numa questão de segundos, eliminar um amigo.

A amizade que ocorre nesta plataforma é muito distinta da que ocorre fora dela, pois tal como mencionado por Bucher (2012), não se trata de um conceito adaptado, mas de uma escolha realizada pelas redes sociais virtuais com fins comerciais. Assim, “manter a noção de amizade como algo a ser cuidada e nutrida é, portanto, extremamente importante para uma rede social comercial, como o *Facebook*, onde os amigos se tornaram uma moeda valiosa” (Bucher, 2012: 488).

Dentro do *Facebook* existem várias técnicas para facilitar a amizade, não requerendo o esforço que se faz fora dela. Tais técnicas podem ajudar bastante os utilizadores a encontrar indivíduos com quem não tinham contacto há muito tempo, tal como familiares perdidos.

Tal como constatado ao longo da presente investigação, e no que toca a esta temática, há autores mais favoráveis e outros mais críticos, sendo que este “tipo” de amizade não se pode comparar à que ocorre fora da rede.

Relativamente à lista de amigos, constatou-se que a maioria dos entrevistados não tem noção da sua dimensão, referindo um número inferior ao real. Contudo, a maior parte deles conhece todos os seus amigos, nem que seja apenas de vista, confirmando-se o que teria sido referido por Croom, e outros (2015) que dita que quanto menos amigos *online* um indivíduo possuir, mais facilmente irá reconhecê-los comparativamente aos que possuem muitos.

Todos os entrevistados mencionaram que as suas publicações são realizadas para toda a lista de amigos, existindo restrições apenas num caso. As razões de tais partilhas foram diversificadas: para manter a sua página atualizada; para partilhar; devido ao gosto pela

fotografia; prende-se com o estado de espírito; devido à necessidade de dar a conhecer casos que consideram pertinentes; pelo facto de gostar que os outros vejam o que partilha.

No que diz respeito à motivação para a criação da conta nesta plataforma, grande parte dos indivíduos destacaram o facto de se tratar de uma moda/tendência. Contudo, verificou-se que estes mesmos indivíduos já pensaram, em dado momento, eliminar a sua conta, sendo que quatro deles já o chegaram a fazer.

Aquando da interação com os seus amigos, os entrevistados, no seu total, indicaram a sua preferência pela interação cara-a-cara. Na sua maioria, estes consideraram que a amizade é mais fácil de manter fora da rede devido ao facto de os amigos verdadeiros se conhecerem antes da existência do *Facebook*; o facto de existirem expressões que esta plataforma não consegue transmitir; e, por último, a amizade verdadeira ser cara-a-cara. Todavia, quatro dos entrevistados acham que esta manutenção é mais facilitada dentro da rede.

No que concerne à possível relação entre o enfraquecimento/fortalecimento das amizades e o *Facebook*, a maior parte dos indivíduos indicaram que as suas amizades permanecem iguais com a utilização deste, não interferindo assim com a amizade. Contudo, em seis casos, este serviu para fortalecer.

Relativamente a possíveis amizades transportas para fora, foi interessante concluir que metade dos entrevistados já o fez, sendo que em cinco desses casos se trata do/da atual namorado/namorada. Portanto, e tal como verificado previamente, os indivíduos podem e desenvolvem relacionamentos pessoais relevantes *online* (Baym, 2010).

Quanto aos pedidos de amizade, concluiu-se que todos os indivíduos possuem critérios para os realizar e/ou aceitar, sendo que muitos apontaram o facto de no passado não possuírem tais critérios. Esses, na sua maioria, dizem respeito aos conhecidos de vista e, em sete casos, apenas aos conhecidos. Obtiveram-se outros critérios como os indivíduos que frequentem a mesma escola, rapazes bonitos, amigos em comum e sujeitos com quem já tenha privado.

A maioria dos entrevistados interage com os seus amigos diariamente no *Facebook*, sendo as mensagens privadas a atividade mais referida. Todos os entrevistados realizam esta interação com uma lista mais restrita tratando-se: dos que consideram seus amigos; dos sujeitos que perguntam algo; com quem interage mais pessoalmente; pessoas concretas (como o namorado e a ex-colega de casa); da família; das pessoas mais chegadas; e, por último, dos amigos da universidade.

Verificou-se que apenas dois indivíduos nunca removeram amigos da sua lista, o que quer dizer que dezoito deles já o chegaram a fazer. As razões para tal foram diversas: não conhecer a pessoa, tratava-se de alguém chato, a pessoa deixou de fazer parte da sua vida, a amizade já não era a mesma coisa, tratava-se de alguém que não fazia falta nenhuma, não se sentia bem com o que os outros visualizavam, motivos pessoais, chatear-se com a pessoa e o “facejacking”.

Há que realçar que a maioria destes sujeitos (16) já considerou a sua lista de amigos demasiado grande, sendo que três revelaram sentir um certo desconforto.

No que toca ao algoritmo “pessoas que talvez conheças”, todos os entrevistados disseram conhecê-lo. Neste sentido, treze destes indivíduos adicionaram alguém através deste mesmo algoritmo, ou seja, esta estratégia utilizada pela plataforma funciona, na maioria das vezes. Denota-se também que, na maioria dos casos (13), os indivíduos sentem necessidade de recorrer ao *Facebook* para saber mais acerca da vida dos seus amigos, isto é, caso não existisse esta rede social virtual, não saberiam o mesmo sobre as suas vidas. Contudo, na sua maioria, os entrevistados consideraram que a plataforma se trata de uma moda que vai passar.

Tornar-se-ia pertinente continuar a investigação, inquirindo indivíduos que não possuíssem conta no *Facebook*, para assim contrapor os seus testemunhos com os dos utilizadores desta rede social virtual. Deste modo, poder-se-ia chegar a outras perceções.

Um outro estudo interessante seria incluir utilizadores mais velhos, isto é, com mais de 40 anos de idade, uma vez que o facto de terem assistido ao aparecimento das redes sociais virtuais e, consigo, a esta nova “tipologia” de amizade, poder-se-ia tornar revelador nas suas perceções acerca da mesma.

Referências bibliográficas

Alberoni, Francesco (2011), *A Amizade*, 21.ª ed., trad. Maria da Graça Moraes Sarmento, Lisboa: Bertrand.

Almeida, João Ferreira de, e José Madureira Pinto (1975), “Teoria e investigação nas ciências sociais” em *Análise Social*, vol. XI, nº42-43, pp. 365-445, PDF consultado a 15/05/2017, em <<https://repositorio.iscteul.pt/bitstream/10071/6755/1/Almeida%2c%20Jo%C3%A3o%20Ferreira%20de%20281975%29%20Vol.%20XI%2c%20N%C2%BA%2042-43%2c%20pp.%20365-445.pdf>>.

Backstrom, Lars, e outros (2011), “Center of Attention: How Facebook Users Allocate Attention Across Friends” em *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, consultado a 28/03/2017, em <<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2899/3259>>.

Bapna, e outros (2017), “Trust and the Strength of Ties in Online Social Networks: An Exploratory Field Experiment” em *MIS Quarterly*, consultado a 11/09/2017, em <<https://www.misrc.umn.edu/Papers/Research%20Papers/Copy%20of%20Facebook%20trust%20prediction%20Bapna%20Gupta.pdf>>.

Bargh, John, e McKenna, Katelyn (2004), “The Internet and social life” em *Annu. Rev. Psychol.*, vol. 55, pp. 573-590, consultado a 30/03/2017, em <http://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/pei/download/bargh2004.pdf>.

Bar-Tura, Asaf (2010), “Wall to Wall or Face to Face” em Dylan E. Wittkower (ed.), *Facebook and Philosophy*, Chicago: Open Court, consultado a 12/06/2017, em <<http://botiq.org/facebookandphilosophy.pdf>>.

Bauman, Zygmunt (2000), *Liquid Modernity*, Cambridge: Polity Press.

Baym, Nancy (2010), *Personal connections in the digital age*, Polity Press, PDF consultado a 10/04/2017, em <<https://pdfs.semanticscholar.org/19f5/b1a3bee9802dde4d9587743670cd9a02a095.pdf>>.

Braga, Adriana (2011), “Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais” em *Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, nº9, pp. 95-104, consultado a 29/05/2017, em <http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/09%20DeD%20_%20n.%209%20-%20artigo%204%20-%20ADRIANA.pdf>.

Bucher, Taina (2013), “The friendship assemblage: Investigating programmed sociality on Facebook” em *Television & New Media*, 14 (6), pp. 479-493, consultado a 23/11/2016, em

<http://ournetworkedlives.weebly.com/uploads/2/6/4/4/26442767/the_friendship_assemblage.pdf>.

Buote, Vanessa, e outros (2009), “Exploring similarities and differences between online and offline friendships: The role of attachment style” em *Computers in Human Behavior*, vol. 25, nº2, pp. 560-567, consultado a 12/12/2016, em <<https://pdfs.semanticscholar.org/fc5d/3624e777cb1cbdf86d4fb407da3f94fdfdc1.pdf>>.

Burke, Moira, e Kraut, Robert (2014), “Growing Closer on Facebook: Changes in Tie Strength Through Social Network Site Use” em *Proceedings of the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems*, pp. 4187-4196, consultado a 10/03/2017, em <<https://pdfs.semanticscholar.org/ff5e/1a8296a54919f303cbc1eee169cd6b046212.pdf>>.

Capua, Ivan Di (2012), “A Literature Review of Research on Facebook Use” em *The Open Communication Journal*, vol.6, pp. 37-42, consultado a 31/10/2016, em <<https://benthamopen.com/contents/pdf/TOCOMMJ/TOCOMMJ-6-37.pdf>>.

Cardoso, Gustavo, e outros (2017), “Práticas e Consumos Digitais Noticiosos dos Portugueses em 2016”, OberCom, consultado a 10/09/2017, em <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2017/04/2017_OBERCOM_SAPO_B.pdf>.

Carvalho, José, e outros (2015), *A nova fluidez de uma velha dicotomia: Público e privado nas comunicações móveis*, ed. Online, consultado a 11/06/2017 em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150706-2015_02_publico_e_privado.pdf>.

Catanese, Salvatore, e outros (2012), *Extraction and Analysis of Facebook Friendship Relations*, In *Computational Social Networks: Mining and Visualization*, pp. 291-324, Springer London, PDF consultado a 12/11/2016, em <<http://www.emilio.ferrara.name/wp-content/uploads/2011/06/SN-76.pdf>>.

Chan, Darius K.-S., e H.-L.Cheng, Grand (2004), “A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development” em *Journal of Social and Personal Relationships*, vol. 21, nº3, pp. 305-320, consultado a 06/12/2016, em <https://www.researchgate.net/publication/249718976_A_Comparison_of_Offline_and_Online_Friendship_Qualities_at_Different_Stages_of_Relationship_Development>.

Chen, Jilin, e outros (2009), “Make new friends, but keep the old: Recommending people on social networking sites” em *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 201-210, consultado a 12/12/2016, em <<https://www.research.ibm.com/haifa/dept/imt/papers/chenCHI09.pdf>>.

Cronin, Michael (2009), *The purpose of Facebook: The value of Facebook friends in increasing self-perceived popularity*, *Honors Program Theses*, PDF consultado a 03/02/2017, em <<http://scholarworks.uni.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1093&context=hpt>>.

Croom, Charles, e outros (2016), “What’s Her Face(book)? How many of their Facebook “friends” can college students identify?” em *Computers in Human Behavior*, vol. 56, pp. 135-141, consultado a 13/11/2016, em <https://www.psychologytoday.com/sites/default/files/Whatsherfacebook_0.pdf>.

Cuonzo, Margaret (2010), “Gossip and the Evolution of Facebook” em Dylan E. Wittkower (ed.), *Facebook and Philosophy*, Chicago: Open Court, consultado a 12/06/2017, em <<http://botiq.org/facebookandphilosophy.pdf>>.

Curran, Kevin e outros (2011), “Advertising on Facebook” em *International Journal of E-Business Development (IJED)*, vol. 1, pp. 26-33, consultado a 06/09/2017, em <<http://scisweb.ulster.ac.uk/~kevin/ijed-facebook.pdf>>.

Deresiewick, William (2009), “Faux friendship” em *The Chronicle of Higher Education* (06/12/2009), consultado a 09/06/2017, em <<http://www.chronicle.com/article/Faux-Friendship/49308>>.

Dias, Miguel Patinha (2017), “Sugestão de amizade do Facebook acaba por se revelar uma familiar perdida” (29/08/2017), consultado a 29/08/2017, em <https://www.noticiasominuto.com/tech/854981/sugestao-de-amizade-do-facebook-acaba-por-se-revelar-uma-familiar-perdida?utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer&utm_content=geral>.

DN (2017), “Que tipo de utilizador do Facebook é?” em *Diário de Notícias* (06/07/2017), consultado a 07/07/2017, em <http://www.dn.pt/media/interior/que-tipo-de-utilizador-do-facebook-es-tu-8616468.html?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter>.

Donath, Judith (2007), “Signals in social supernets” em *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, nº1, pp. 231-251, consultado a 02/05/2017, em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00394.x/epdf>>.

Donath, Judith, e boyd, Danah (2004) “Public displays of connection” em *bt technology Journal*, vol. 22, nº4, pp. 71-82, consultado em 10/04/2017, em <<http://smg.media.mit.edu/papers/Donath/PublicDisplays.pdf>>.

Facebook (2017), “Centro de ajuda”, em *Facebook*, consultado a 18/09/2017, em <https://www.facebook.com/help/?helpref=hc_global_nav>.

Fischer, Claude (1985), *Studying Technology and Social Life* em Manuel Castells (eds.), *High Technology, Space and Society*, SAGE Publications, Incorporated.

Fortin, Marie-Fabienne, e outros (2009), *Fundamentos e etapas de investigação*, Loures: Lusodidacta.

Freixo, Manuel Vaz (2010), *Metodologia Científica: Fundamentos, Métodos e Técnicas*, Lisboa: Instituto Piaget.

Giddens, Anthony (1990), *As consequências da modernidade*, UNESP, São Paulo, PDF consultado a 02/03/2017, em <<http://www.afoiceemartelo.com.br/posfsa/Autores/Giddens,%20Anthony/ANTHONY%20GIDDENS%20-%20As%20Consequencias%20da%20Modernidade.pdf>>.

Gladwell, Malcolm (2006), *The tipping point: How little things can make a big difference*, ed. online, consultado a 19/05/2017 em < https://binyaprak.com/images/blog_articles/123/the-tipping-point.pdf>.

Goffman, Erving (2002), *A representação na vida quotidiana*, 10ª ed., trad. Maria Célia Santos Raposo, Editora Vozes. PDF consultado a 20/04/2017, em <<https://pt.scribd.com/document/344145784/goffman-erving-a-representacao-do-eu-na-vida-cotidiana-pdf>>.

Gray, David (2009), *Doing Research in the Real World*, Second Edition, Sage Publications.

Haddon, Leslie (2006), “The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption em *The Information Society*, vol. 22, nº4, consultado a 11/05/2017, em < <http://eprints.lse.ac.uk/62631/1/Contribution%20Domestication.pdf>>.

Joinson, Adam (2008), “‘Looking at.’, ‘Looking up.’ or ‘Keeping up with.’ People? Motives and Uses of Facebook” em *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1027-1036, consultado a 13/12/2017, em < https://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson_Facebook.pdf >.

Kim, Junghyun, e Lee, Roselyn (2011), “The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-presentation on subjective well-being” em *CyberPsychology, behavior, and social networking*, vol. 14, nº6, pp. 359-364, consultado a 31/10/2016, em <https://www.researchgate.net/publication/49645496_The_Facebook_Paths_to_Happiness_Effects_of_the_Number_of_Facebook_Friends_and_Self-Presentation_on_Subjective_Well-Being>.

Kirkpatrick, David (2011), *O efeito Facebook*, trad. Maria Lúcia de Oliveira. PDF consultado a 28/05/2017, em <http://www.projeto.camisetafeitadepet.com.br/imagens/banco_imagem_livros/17_livro_site.pdf>.

Krasnova, Hanna, e outros (2008), “Why Participate in an Online Social Network: An Empirical Analysis”, consultado a 31/10/2016, em <<http://boris.unibe.ch/47467/1/boris3.pdf>>.

Kujath, Carlyne (2011), “Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction” em *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, vol. 14, pp. 75-78, consultado a 07/03/2017, em <http://web.mit.edu/writing/2012/July_Summary_Readings/Facebook-Complement_or_Substitute_to_Face-to-face_interaction.pdf>.

Lampe, Cliff, e outros (2006), “A Face (book) in the crowd: Social Searching vs. Social Browsing” em *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*, pp. 167-170, consultado a 09/01/2017, em <<http://www.sewillia.com/GT/MyStuff/cscwstuffs/Readings/Lampe-Facebook.pdf>>.

Lee, Paul, e outros (2011), “Internet Communication Versus Face-to-Face Interaction in Quality of Life” em *Social Indicators Research*, vol. 100, nº3, pp. 375-389, consultado a 07/03/2017, em <https://www.researchgate.net/publication/225441201_Internet_Communication_Versus_Face-to-face_Interaction_in_Quality_of_Life>.

MacLellan, Lila (2017), “There are only four types of Facebook users, researchers have found” em *Quartz* (12/07/2017), consultado a 25/07/2017, em <<https://qz.com/1026914/the-four-types-of-facebook-users-relationship-builders-window-shoppers-town-criers-and-selfies/>>.

Marichal, José (2012), *Facebook Democracy: The architecture of disclosure and the threat to public life*, Surrey: Ashgate.

Marktest, Grupo (2017), “Facebook cresce 49% em Portugal” em *Marktest*, consultado a 10/05/2017, em <<http://www.marktest.com/wap/a/n/id-21c5.aspx>>.

McKenna, Katelyn, e outros (2002) “Relationship Formation on the Internet: What’s the Big Attraction?” em *Journal of Social Issues*, vol.58, nº1, consultado a 07/03/2017, em <<http://www.nslg.net/class/Relationship%20Formation.pdf>>.

McLaughlin, Caitlin, e Vitak, Jessica (2011), “Norm evolution and violation on Facebook” em *New media & society*, vol. 14, nº2, pp. 299-315, consultado a 03/09/2017, em <https://www.researchgate.net/publication/258173835_Norm_Evolution_and_Violation_on_Facebook>.

Muhr, Sara, e Pedersen, Michael (2010) “Faking It on Facebook” em Dylan E. Wittkower (ed.), *Facebook and Philosophy*, Chicago: Open Court, consultada a 12/06/2017, em <<http://botiq.org/facebookandphilosophy.pdf>>.

Naruchitparames, Jeff, e outros (2011), “Friend recommendations in social networks using genetic algorithms and network topology” em *Evolutionary Computation (CEC)*, pp. 2207-2214, consultado a 02/03/2017, em <<https://pdfs.semanticscholar.org/db93/1083caab11969219c9a2a7495df3d9045ba3.pdf>>.

Okdie, Bradley, e outros (2011), “Getting to know you: face-to-face versus online interactions” em *Computers in Human Behavior*, vol. 27, pp. 153-159, consultado a 07/03/2017, em <https://liberalarts.oregonstate.edu/sites/liberalarts.oregonstate.edu/files/psychology/research/okdie_guadagno_bernieri_geers_mclarney-vesotski_2011.pdf>.

Pinchot, Jamie, e outros (2010), “How mobile technology is changing our culture” em *Conference on Information Systems Applied Research*, vol.3, nº1519, consultado a 10/07/2017, em <<http://proc.conisar.org/2010/pdf/1519.pdf>>.

Quivy, Raymond, e Champenhoudt, Van Luc (1998), *Manual de investigação em ciências sociais*, ed. Online, consultado a 20/05/2016 em <<http://idinis.weebly.com/uploads/5/6/3/9/5639534/quivy.pdf>> .

Ragin, Charles, e Amoroso, Lisa (2011), *Constructing Social Research: The Unity and Diversity of Method*, Second Edition, Thousand Oaks: SAGE Publications.

Rosen, Christine (2007), “Virtual Friendship and the New Narcissism” em *The New Atlantis*, vol.17, pp. 15-31, consultado a 23/02/2017, em <<http://www.thenewatlantis.com/docLib/TNA17-Rosen.pdf>>.

Sánchez, Samuel (2016), “Zygmunt Bauman: As redes sociais são uma armadilha” em *El País* (09/01/2016), consultado a 16/05/2017, em <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html>.

Scruton, Roger (2010), “Hiding behind the screen” em *The New Atlantis*, vol. 28, pp. 48-60, consultado a 06/03/2017, em <http://www.thenewatlantis.com/doclib/20100914_tna28scruton.pdf>.

Serrano, Glória Pérez (2007), *Desafios de la Investigación Cualitativa*, Universidad Nacional de Educación a Distancia. PDF consultado a 05/09/2017, em <file:///C:/Users/Mariana/Downloads/DESAFIOS_DE_LA_INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf>.

Silverstone, Roger (2005), *Domesticating domestication: Reflections on the life of a concept*, In *Domestication of Media and Technology*, eds. T. Becker, M. Hartmann, Y. Punie and K. Ward,

Maidenhead: Open University Press, 229-247, PDF consultado a 15/05/2017, em <<https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA165/gender%20and%20technology-%CF%84%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%AF%CE%BA%CE%B7/domestication%20of%20media%20and%20technology.pdf>>.

Simões, Maria João (2006), *Contributos para uma sociologia da tecnologia*, Configurações, 2, 75-88.

Tong, Stephanie (2008), “Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook”, em *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.13, nº3, pp. 531-549, consultado a 10/03/2017, em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00409.x/epdf>>.

Van Dijck, José (2012), “Facebook as a tool for producing sociality and connectivity” em *Television & New Media*, vol. 13, nº2, pp. 160-176, consultado a 13/12/2016, em <https://www.researchgate.net/publication/254762087_Facebook_as_a_Tool_for_Producing_Sociality_and_Connectivity>.

Waldman, Ari (2016), “Privacy, Sharing, and Trust: The Facebook Study” em *Case Western Reserve Law Review*, vol. 67, nº1, consultado a 10/09/2017, em <<http://scholarlycommons.law.case.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4679&context=caselrev>>.

Walther, Joseph, e Parks, M, (2002), “Cues filtered out, cues filtered in” em *Handbook of interpersonal communication*, pp. 529-563, consultado a 20/04/2017, em <https://www.researchgate.net/publication/239489124_Cues_Filtered_Out_Cues_Filtered_In_Computer-Mediated_Communication_and_Relationships>.

Westlake, E. J. (2008), “Friend me if you Facebook: Generation Y and Performative Surveillance” em *TDR: The Drama Review*, vol. 52, nº4, pp. 21-40, consultado a 22/11/2016, em <<http://www.csun.edu/~vcspc00g/301/facebook.pdf>>.

Anexos

Anexo 1

Guião de entrevista

Duração:

Entrevista nº:

Guião da entrevista

Grupo I - Dados sociodemográficos

Idade:

Habilitações literárias:

Com que idade criaste conta no *Facebook*:

Tempo gasto no *Facebook* (diariamente):

Linhas orientadoras: a) menos de 1 hora; b) de 2h a 3h; c) mais de 3h.

Quantos amigos possuis no *Facebook*:

Linhas orientadoras: a) menos de 500; b) entre 500 e 1000; c) entre 1000 a 2000; d) mais de 2000.

Dentro desses, quantos consideras serem teus amigos fora do *Facebook*:

Linhas orientadoras: a) menos de metade; b) mais de metade; c) quase todos; d) todos.

E quantos não conheces:

Linhas orientadoras: a) menos de metade; b) mais de metade; c) quase todos; d) todos

Grupo II - Práticas dos utilizadores

1. Com que frequência publicas (no *Feed de Notícias*) no *Facebook*?

Linhas orientadoras: Quando foi a última vez que publicou, publica todos os dias, publica algumas vezes por semana, 2 vezes por mês, 1 vez por mês, raramente.

1.1. Que tipo de publicações se tratam?

Linhas orientadoras: a) notícias; b) fotografias; c) vídeos; d) publicações escritas pelo próprio; e) outras.

1.2. No geral, essas publicações são feitas para toda a tua lista de amigos ou para amigos específicos? Ou, consoante o tipo de publicação, escolhes o público alvo?

1.3. Qual a razão principal pela qual realizas essas publicações?

2. O que te levou a criar *Facebook*?

2.1. Já alguma vez pensaste em eliminá-lo? Se sim, porquê?

3. Qual o teu grau de satisfação em relação a esta rede social virtual?

Linhas orientadoras: a) Muito satisfeito; b) satisfeito; c) pouco satisfeito; d) nem satisfeito nem insatisfeito; e) insatisfeito; f) muito insatisfeito.

3.1. Aponta alguns aspetos que consideras negativos e positivos em relação à mesma.

Grupo III - Perceções acerca da amizade

4. Preferes interagir com os teus amigos dentro ou fora da rede? Porquê?

5. Consideras que a amizade (não só a do *Facebook*) é mais fácil de manter dentro ou fora da rede? Porquê?

6. O *Facebook* serve para fortalecer/enfraquecer as tuas amizades fora da rede ou permanecem iguais?

7. Já conhecestes algum amigo *online* que transpuseste para fora?

Grupo IV- A construção da amizade no *Facebook*

8. Possuis algum ou alguns critério(s) para adicionar e/ou aceitar pedidos de amizade?

8.1. Se sim, qual ou quais?

9. De que modo e com que frequência interagias com os teus amigos no *Facebook*?

Linhas orientadoras: troca mensagens privadas todos os dias, faz publicações específicas uma vez por semana, troca comentários, através de “likes”.

9.1. Essa interação é com todos ou possuis uma lista mais restrita?

9.1.1. Caso se trate de uma lista restrita, trata-se de quem?

10. Já removeste algum amigo do *Facebook*?

10.1. Se sim, porque sentiste necessidade de o fazer?

11. Alguma vez consideraste a tua lista de amigos no *Facebook* demasiado grande?

11.1. Se sim, sentiste algum tipo de desconforto? Porquê?

12. Já alguma vez reparaste que no *Facebook*, por vezes, aparece um campo que diz respeito às “pessoas que talvez conheças”?

12.1. Se sim, sabes do que se trata?

12.2. Já adicionaste alguém através daí?

13. Já alguma vez sentiste que é necessário recorrer a esta rede social para saber mais sobre a vida dos seus amigos, ou seja, se não existisse *Facebook* achas que saberias o mesmo sobre a vida dos teus amigos?

13.1. Porquê?

14. Consideras que esta rede social virtual se trata de uma “moda” que irá passar, ou seja, daqui a uns anos não irá ter tanta aderência ou permanecerá com a aderência atual, crescendo cada vez mais? Porquê?

Anexo 2

Sinopses

	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4	
1. Práticas dos utilizadores	1.1. Frequência e tipo de publicações	<p>“Uma publicação por mês.”</p> <p>“Normalmente ou são fotografias ou notícias, maioritariamente relativas a desporto.”</p>	<p>“Talvez 3 vezes por mês.”</p> <p>“Fotografias não, só tenho para aí 4 fotografias. Notícias ou um vídeo engraçado.”</p>	<p>“Uma vez por mês ou nem isso.”</p> <p>“Fotografias.”</p>	<p>“Alguma. Há semanas que publico mais que outras (mais do que duas vezes por mês).”</p> <p>“É mais notícias que eu acho que são interessantes ou coisas desportivas relacionadas com o atletismo.”</p>
	1.2. Possíveis diferenciações das partilhas	<p>“Normalmente é para todos os meus amigos do <i>Facebook</i>.”</p>	<p>“Para toda a lista de amigos”</p>	<p>“Para toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Tenho grupos, mas as publicações que faço geralmente é para os amigos mas é restrito aos amigos, não são públicas, não dá para as pessoas que não são minhas amigas verem.”</p>
	1.3. Razões das partilhas	<p>“O meu <i>Facebook</i> é um espaço que se destina a mim e se é algo do meu interesse, algo que eu acho interessante, gosto de partilhar com os outros. Mas as razões também dependem do tipo de publicação.”</p>	<p>“É uma boa questão essa, depende do tipo de publicação.”</p>	<p>“Normalmente como publico fotos, é porque gosto das fotografias e quero mostrar aos meus amigos ou com quem estou, ou onde estou.”</p>	<p>“A nível desportivo é porque as pessoas também gostam de saber o que é que se passa e assim eu também gosto de partilhar.”</p>
	1.4. Motivação para a criação do <i>Facebook</i>	<p>“Na altura foi... como era uma coisa nova quis experimentar.”</p>	<p>“Amigos que já tinham <i>Facebook</i>, então para tu não ficares diferente a eles, para não seres o único que não tem... também criei.”</p>	<p>“Jogar <i>farmville</i>.”</p>	<p>“Não sei, acho que foi um bocado a tendência, toda a gente tinha <i>Facebook</i> então também fiz <i>Facebook</i>, na altura foi isso, agora se calhar já não uso tanto para esse propósito.”</p>

1. Práticas dos utilizadores	1.5. Possível eliminação do Facebook	<p>“Houve uma altura, no início, que pensei em eliminá-lo, mas hoje considero uma ferramenta importante, visto que não utilizo só para interagir, mas também como ferramenta de trabalho”</p> <p>“Porque estava um bocado saturado daquilo e não via tanta vantagem naquilo.”</p>	“Não.”	“Não.”	“Já, sobretudo na época de exames... Não sei, acho que tenho uma tendência para fazer todas as coisas que não são estudar, não estou a fazer nada mas estou lá a ver, vou ler isto, se calhar nunca lia aquilo nunca na vida.”
	1.6. Grau de satisfação	“Satisfeito porque considero esta rede social diferente das outras já existentes, porque esta rede social dá para... Como já disse pode ser utilizada para forma de trabalho.”	“Para já não tive nenhum problema, por isso acho que estou satisfeito.”	“Agora já não estou tanto, inicialmente sim, agora... estou satisfeita.”	“Muito satisfeita, para aquilo que eu uso.”
	1.7. Aspetos positivos acerca do Facebook	“O facto de poder ser uma rede de trabalho, caso queira publicitar algo, visto que faço parte do núcleo de estudantes, publicitar eventos que o núcleo irá realizar. Se eu quiser conversar com colegas meus da universidade para tirar algumas dúvidas, posso fazê-lo pelo chat. Posso fazer uma videochamada.”	“Estás sempre em contacto com os teus amigos, apesar de haver outras redes sociais agora mas... Se quiseres combinar alguma coisa com os teus amigos é fácil, contacto, é uma via por exemplo se alguém estiver fora ti consegues sem gastar dinheiro nem nada.”	“Podes falar com um amigo que esteja muito longe, podes também... Imagina que não tens dinheiro no telemóvel, podes falar pelo Facebook, também é mais fácil. Os jogos, mas também já não jogo e também atualizar-nos porque muitas vezes há as notícias, conseguimos ver por lá as notícias da atualidade.”	“A proximidade das pessoas, tu consegues saber o que se passa com uma amiga tua que está longe ou a família, rápido. Pronto, a facilidade de comunicação acho que é a principal vantagem.”

<p>1. Práticas dos utilizadores</p>	<p>1.8.Aspetos negativos acerca do <i>Facebook</i></p>	<p>“Não estou a referir-me só a mim, mas o público em geral, há pessoas que expõem demasiado a sua vida nesta rede social e, ao expô-la, como já houve casos que toda a gente conhece, pode chegar a casos de assaltos e algo desse género.”</p>	<p>“Não estares cara-a-cara com a pessoa, não é a mesma coisa.”</p>	<p>“Pode tornar-se uma rede social perigosa se, por exemplo eu aceitar alguém que não conheça, se alguém começar a falar comigo e eu continuar a falar com ele. Atrai muitos adolescentes para estarem só no telemóvel durante o dia, quase que não saem de casa para irem ao <i>Facebook</i>.”</p>	<p>“A necessidade inconsciente que eu acho que toda a gente tem, tipo deixa-me ir ver o que se passa aqui no <i>Facebook</i>, é um bocado disso.”</p>
-------------------------------------	--	--	---	---	---

		Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4	
		2. Perceções acerca da amizade		2.1. Preferências da interação com os amigos (dentro ou fora da rede)	“Fora. Porque... e é uma das desvantagens de falarmos por uma rede social é que, por exemplo no chat, enquanto estamos a construir uma resposta uma pessoa, ela pode ser bastante pensada e pode ser alterada antes de ser submetida. Enquanto que, se for cara-a-cara, a resposta é espontânea, sabemos que é o que vai na cabeça daquela pessoa naquele momento, ou seja, conseguimos perceber mais da pessoa cara-a-cara do que na rede.”	“Fora. É diferente, tu estás a ver o que ele está a fazer, não está cada um no seu canto.”
2.2. Manutenção da amizade (dentro ou fora da rede)	“É muito mais fácil manter a amizade na rede porque na rede podemos conseguir esconder partes de nós que não queremos mostrar... podemos mostrar ser uma pessoa que na realidade não somos, podemos querer mostrar só o nosso lado bom.”			“Depende porque no <i>Facebook</i> tens mais à vontade contigo mesmo, tens mais confiança, não precisas de estar a demonstrar ... Se fores envergonhado por exemplo, tens menos vergonha se estiveres no <i>Facebook</i> , enquanto se estiveres cara-a-cara, se fores tímido o <i>Facebook</i> é uma via mais fácil de interagires com uma pessoa.”	“Dentro, porque por vezes quando estamos mais vezes com as pessoas cá fora fartamo-nos e pode haver chatices e no <i>Facebook</i> não é tanto assim porque tu podes deixar de falar com a pessoa e depois encontrarem-se cá fora e falarem-se na mesma.”	“Fora porque os meus amigos, mesmo amigos, são meus amigos no <i>Facebook</i> mas é raro termos conversas no <i>Facebook</i> .”
2.3.O <i>Facebook</i> e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	“Depende dos casos. No <i>Facebook</i> consegues realizar um contato com quem não conheces, ou seja, estás a fortalecer uma relação que inicialmente não existia. Não penso isso (de fortalecer a amizade), só penso que o <i>Facebook</i> em certos casos pode facilitar, no caso, por			“Acho que serviu para fortalecer.”	“Fortalece. Porque, por exemplo falo por mim, que tenho um grupo no <i>Facebook</i> de amigos e que nós falamos lá todos os dias e enquanto que se calhar fosse só por mensagens, via telemóvel, não falava com eles todos os dias.”	“Pode fortalecer, acho que enfraquecer só se as pessoas levarem a peito algumas publicações, mas eu acho que isso não acontece. Fortalece geralmente.”

2. Percepções acerca da amizade	2.3.O <i>Facebook</i> e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	exemplo como eu disse, do trabalho, permite-me trocar documentos através do <i>Facebook</i> , enquanto que caso não existisse o <i>Facebook</i> , poderia ter que ser em papel e, nesse caso, ao quisermos ajudar, iria ser um pouco mais difícil nos ajudarmos, mas também era possível ajudar, ou seja, o que o <i>Facebook</i> veio fazer é talvez facilitar a forma de realizarmos algumas coisas. Penso que as amizades permanecem iguais.”			
	2.4. Possíveis amizades <i>online</i> transpostas para fora	“Sim, não quer dizer que neste momento sejamos... nos falemos, mas momentaneamente já.”	“Não, geralmente quando vou falar com uma pessoa no <i>Facebook</i> já a conhecia antes.”	“Não.”	“Não.”

		Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4
3. A construção da amizade no Facebook	3.1. Possíveis critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade	<p>“Neste momento sim, há uns anos atrás não tinha critérios.”</p> <p>“Principalmente se conheço a pessoa.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Minimamente conhecidos de vista, pelo menos ou amigos em comum ou algo do género.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Por exemplo, se forem raparigas que eu não conheço não aceito. Se forem rapazes, se forem bonitos aceito, se forem feios não aceito. Mas se forem feios e eu conhecer, aceito. Ou conhecer também é um critério, conhecer aceito sempre, ou por exemplo conhecer de vista.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Tenho de conhecer a pessoa, nem que seja de vista.”</p>
	3.2. Frequência e modos da interação com os amigos	<p>“Eu utilizo o Facebook com os meus amigos... pronto, depende dos dias, normalmente, como é de trabalho, quando preciso de alguma coisa, contacto o meu amigo pelo Facebook através do chat, como poderia também contactar pelo telemóvel, mas como eu trabalho no computador é-me mais fácil pelo Facebook. Agora frequência, isso depende muito. Normalmente é através do chat, também faço comentários de vez em quando.”</p>	<p>“Trocamos comentários quase todos os dias, nem que seja aquelas picardias.”</p>	<p>“Todos os dias praticamente, mensagens.”</p>	<p>“Todos os dias não, alguns amigos falo no chat ou também deixo comentários, em situações pontuais, não é uma coisa regular.”</p>

<h3>3. A construção da amizade no Facebook</h3>	<h4>3.3. A interação e a lista de amigos/lista mais restrita</h4>	<p>“Sim, porque, como já disse, tenho adicionadas 1300 pessoas aproximadamente no meu <i>Facebook</i>, é óbvio que não tenho contato com essas 1300, ou seja, tenho uma lista mais restrita.”</p> <p>“Amigos da universidade, amigos de longa duração.”</p>	<p>“Lista restrita.”</p> <p>“Grupo de amigos mais chegados.”</p>	<p>“Lista restrita.”</p> <p>“Os meus amigos mais próximos fora da rede social.”</p>	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Os que são meus amigos ou às vezes pessoas que me perguntam qualquer coisa.”</p>
	<h4>3.4. Remoção de amigos</h4>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque não o conhecia.”</p>	<p>“Acho que não.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque não me parava de chatear no <i>Messenger</i> (não os conhecia).”</p>	<p>“Já.”</p> <p>“Ou porque não conheço ou porque a determinada altura aceito e depois não conheço e apago ou... Já apaguei pessoas que deixaram de fazer parte da minha vida, então não faz sentido também estarem no <i>Facebook</i>.”</p>
	<h4>3.5. Perceção acerca da dimensão da lista de amigos e possível desconforto</h4>	<p>“Sim, por isso é que tenho vindo a remover pessoas do <i>Facebook</i> porque já vejo que essa lista tem lá pessoas com quem nunca estabeleci nenhum contato, ou seja, estão lá a mais, se assim puder dizer.”</p> <p>“Não é desconforto, é pensar que não faz sentido ter adicionado pessoas que não me dizem nada.”</p>	<p>“Não, geralmente só falas para aqueles que estás em contacto todos os dias... acabas por ignorar esses amigos todos que tu tens.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Não, não sinto (desconforto) porque eu também só falo com quem quero no <i>Facebook</i> e se me apetecer elimino quem quiser.”</p>	<p>“Já, já tive para aí 2000 amigos. Porque quando era mais nova, as pessoas conheciam-me do atletismo e miúdos e eu aceitava.”</p> <p>“Não é desconforto, mas... não sei, não sei o que leva as pessoas a adicionar pessoas que não conhecem, mas para mim não faz muito sentido ter pessoas que não conheço.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.6. Conhecimento e aceitação do algoritmo “pessoas que talvez conheças”	<p>“Sim, essas pessoas vêm... tem em conta o número de pessoas em que temos adicionadas em comum, os amigos do Facebook em comum. Também já me aconteceu depois ter aí nesse campo, pessoas que realmente conhecia e que se calhar eu nem sabia que tinham <i>Facebook</i>, mas a maioria das pessoas nem as conheço.”</p> <p>“Sim (já adicionei).”</p>	<p>“Sim. Talvez amigos em comum, amigos...”</p> <p>“Sim, já cheguei a adicionar amigos através disso, se reconhecesse a cara, ou se tivesse muitos amigos em comum, universidade ou local onde vivemos.”</p>	<p>“Sim. Penso que sejam amigos dos meus amigos”</p> <p>“Acho que sim”</p>	<p>“Sim. Amigos de amigos, amigos em comum.”</p> <p>“Não.”</p>
	3.7. Relação entre o Facebook e o nível de conhecimento da vida dos amigos	<p>“Penso que não sabia as mesmas coisas sobre a vida dos meus colegas se não houvesse o <i>Facebook</i>. Há amigos que eu não tenho tanto contato e eles, por exemplo, publicarem a fotografia de um evento que foram, ou algo do género, já me permite saber mais do que estiveram a fazer. Sim, é necessário (recorrer ao <i>Facebook</i>).”</p>	<p>“Não, claro que não (sabia as mesmas coisas.”</p> <p>“Porque acabamos sempre publicar a nossa história no <i>Facebook</i>.”</p>	<p>“Sim (é necessário recorrer ao <i>Facebook</i>)”</p> <p>“Porque, por exemplo, há vezes que sei que um amigo ou uma amiga está de férias só através do <i>Facebook</i>.”</p>	<p>“Não (sabia as mesmas coisas).”</p> <p>“Acho que o <i>Facebook</i> ajuda a manter-me atualizada.”</p>
	3.8. Possível crescimento/decréscimo do Facebook	<p>“Eu acho... pronto, o <i>Facebook</i> é um caso raro que já tem bastantes utilizadores há bastantes anos, mas penso que futuramente irá cair em decadência como já aconteceu com outras rede sociais, mas se bem que para ela cair irão ter que aparecer redes sociais novas porque hoje em dia as pessoas têm a necessidade de recorrer às redes sociais.”</p>	<p>“As novas redes sociais agora substituem, mas acho que nunca vai passar de moda o <i>Facebook</i> porque imagina eu faço outros amigos, os amigos vão enviar pedidos de amizade e vai sempre continuar... Outras pessoas querem conhecer outras pessoas, em algum ponto da tua vida vais sempre conhecer ainda mais pessoas, vais procurar maneiras de conhecer e o <i>Facebook</i> é uma maneira fácil.”</p>	<p>“Penso que vai passar e acho que se nota mais que as pessoas estão a aderir mais ao Instagram do que ao <i>Facebook</i>. O <i>Facebook</i> acho que vai deixar de ser tão usado como está a ser. Vai haver outra que vai superar o <i>Facebook</i>.”</p>	<p>“Acho que se o <i>Facebook</i> acabar é porque há outra rede social que apareceu, tal como foi o Hi5 e essas coisas todas, por isso eu acho que não há tendência para acabar e acho que as pessoas também não querem.”</p>

		Entrevista 5	Entrevista 6	Entrevista 7	Entrevista 8
		1.1. Frequência e tipo de publicações	<p>“Todas as semanas se calhar, mas às vezes pode passar mais de uma semana.”</p> <p>“Fotografias, música, também publicações escritas por mim, é mais isso.”</p>	<p>“Eu utilizo mais o Instagram e, por exemplo, coloco uma foto e aí é que digo “olha mete no <i>Facebook</i>, não vou colocar diretamente. Uma vez por duas semanas mais ou menos.”</p> <p>“Mais fotografias, se for vídeos é aqueles.”</p>	<p>“Mais ou menos uma vez por semana.”</p> <p>“Músicas, notícias e fotos.”</p>
1.2. Possíveis diferenciações das partilhas	<p>“Para todos os amigos.”</p>	<p>“Para toda a lista de amigos, nunca faço restrição.”</p>	<p>“Para toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Para toda a lista de amigos.”</p>	
1.3. Razões das partilhas	<p>“Depende do tipo de publicação. As fotografias é porque eu gosto de fotografia, textos é porque deu-me para pôr lá, músicas também, é mais porque... Não tem razão específica, isso não tem razão específica. Nem é por causa de <i>likes</i> nem nada.”</p>	<p>“Para recordar mais dos momentos em que... aquele momento ou assim, tanto que no Instagram e no <i>Facebook</i> não apago foto nenhuma para depois mais tarde “olha já nem me lembrava que tinha feito isto ou assim” é mesmo mais por causa disso.”</p>	<p>“Depende. As fotografias é porque gosto da fotografia e quero partilhar e músicas também.”</p>	<p>“Não sei... Porque... Para partilhar com os outros, não por uma razão específica.”</p>	

1. Práticas dos utilizadores	1.4. Motivação para a criação do Facebook	“Porque toda a gente tinha.”	“Na altura foi porque um colega meu me disse “olha cria que é porreiro e estás em contato com a malta toda e dá para conversar”. Na altura tinha deixado de existir o <i>Msn</i> e o <i>Hi5</i> e então era mais para estar em comunicação. E na altura também coisas de escola, no secundário.”	“Era moda.”	“Para partilhar fotografias perto do meu grupo de amigos.”
	1.5. Possível eliminação do Facebook	“Não.”	“Sim. Porque acho que não utilizo tanto, utilizo mais o Instagram porque é mesmo o que eu gosto, ou seja, publico as fotos que eu tiro e dos momentos que tenho, o Facebook é... penso que é mais para cusquice, sei lá é “olha aquele pôs <i>like</i> naquele” e no Instagram não vais tanto ver isso, é diferente.”	“Já, já eliminei uma vez e depois voltei a criar. Este Facebook que tenho é novo, é por isso que tenho poucos amigos. Eliminei porque tinha 2 ou 3 mil amigos e não conhecia nenhum. Este aqui criei-o em Maio do ano passado, só tem um ano, por isso tenho muitos poucos amigos.”	“Sim. Porque acho que não tem nada de vantajoso.”
	1.6. Grau de satisfação	“Normal, satisfeita.”	“É razoável, a ideia do Facebook está concretizada então acho que estou satisfeito, dá para comunicar com a malta e tal.”	“Nem satisfeita nem insatisfeita. Já liguei mais do que ligo.”	“Nem satisfeita nem insatisfeita.”
	1.7. Aspectos positivos acerca do Facebook	“Encontrares pessoas que não vês há muito tempo e, sei lá falares com pessoas que não estás diariamente e se calhar no Facebook consegues falar no Messenger ou assim.”	“Mesmo que não estejas em contacto com os teus amigos, ou seja, pela distância dá para estar sempre em comunicação, dá para saberes o que eles estão a fazer ou onde é que eles estão se eles publicarem.”	“Agora a maior parte das pessoas já nem fala por mensagens, utiliza o Messenger para falar com as pessoas, toda a gente tem, sabes quando a pessoa está lá e não, se queres falar com ela falas na hora.”	“Proximidade de pessoas que possam não ser do nosso país, consegues estabelecer uma relação com eles à distância. A partilha das imagens também. A rapidez de procura de alguém ou de alguma coisa.”

<p>1. Práticas dos utilizadores</p>	<p>1.8.Aspetos negativos acerca do Facebook</p>	<p>“Não é o meu caso, mas é as pessoas exporem a vida toda delas.”</p>	<p>“Há malta que se calhar utiliza isso mais para a cusquice, sei lá.”</p>	<p>“Há muita exposição por parte das pessoas, falam da vida delas como se fosse um diário. Controla-se muito a vida das outras pessoas.”</p>	<p>“Toda a gente conseguir ver aquilo que eu publico (a falta de privacidade). O perigo da pessoa que está do outro lado não ser exatamente quem diz ser porque pode ser uma fotografia de uma pessoa que eu posso conhecer e não ser essa pessoa, eu não sei... E pode tornar-se uma relação um bocado impessoal, não é? Porque evita-se o contato pessoa a pessoa para falar através da rede social.”</p>
-------------------------------------	---	--	--	--	---

	Entrevista 5	Entrevista 6	Entrevista 7	Entrevista 8	
2. Percepções acerca da amizade	2.1. Preferências da interação com os amigos (dentro ou fora da rede)	“Fora. Porque é muito melhor estares a interagir cara-a-cara com os teus amigos do que estares a falar via <i>Messenger</i> e via <i>Facebook</i> , pronto nem os vês.”	“Fora principalmente. É diferente estás, em contacto com eles, conversas à vontade, sabes a expressão que as pessoas estão a fazer ao falar contigo, apesar de existirem os <i>smiles</i> sabes lá se se estão a rir, se estão a chorar.”	“Fora. Gosto mais do contacto pessoal do que via <i>Facebook</i> .”	“Fora. Para já acho que não se consegue construir uma relação através de uma rede social e até porque há coisas que não se partilham lá. E, por outro lado, acho que sem termos o contacto com as pessoas não se consegue criar amizades com ninguém, quer dizer, acho eu.”
	2.2. Manutenção da amizade (dentro ou fora da rede)	“Fora. Porque se são mesmo teus amigos é para tu criares laços com eles fora, não é só numa rede social a podes uma foto com eles de vez em quando porque isso... isso toda a gente faz.”	“Fora. Porque imagina tenho um amigo que não gosta daquela pessoa mas eu até sou amigo daquela pessoa, foste comentar a foto dele, não meteste <i>like</i> daquela. É um bocado contraditório. E existe aqueles “mesquices”.”	“Fora. Porque a interação pessoal que tu tens com a pessoa é que importa, não é o que tu publicas no <i>Facebook</i> .”	“Fora por causa dos mesmos motivos.”
	2.3.O <i>Facebook</i> e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	“As minhas mantêm-se na mesma, não altera.”	“Se for mesmo amizade, não interfere em nada. Agora se for aquilo de condolência ou, sei lá, olha só de vista porque fez aquilo ou dá-se com aquele e não gosta, acaba por acabar uma amizade ou outra. Mas se for uma amizade já forte cá fora não interfere em nada.”	“Permaneceram iguais. Se são teus amigos, são teus amigos com ou sem <i>Facebook</i> .”	“As amizades verdadeiras permanecem exatamente iguais.”

2. Percepções acerca da amizade	2.4. Possíveis amizades <i>online</i> transpostas para fora	“Acho que não.”	“Sim.”	“Sim.”	“Não, só o contrário, pessoas que não voltei a ver mas que consegui encontrar graças à rede social.”
---------------------------------	---	-----------------	--------	--------	--

	Entrevista 5	Entrevista 6	Entrevista 7	Entrevista 8	
3. A construção da amizade no Facebook	3.1. Possíveis critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade	<p>“Sim.”</p> <p>“Conhecer as pessoas pelo menos de vista.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Conhecer a pessoa ou pelo menos de vista. E se vejo que é um <i>Facebook</i> falso, ou seja, só tem uma foto de perfil ou assim, aí é que esquece... Até bloqueio para não me voltar a mandar pedido de amizade.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Só aceito quem conheço de vista ou pessoalmente. Se não conheço mesmo (não aceito) ou então naquele caso de amigos em comum (aceito) e nem sempre.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Pelo menos conhecer de vista, se não o conhecer de lado nenhum não.”</p>
	3.2. Frequência e modos da interação com os amigos	<p>“Através de comentários e por mensagens, quase todos os dias.”</p>	<p>“Todos os dias por mensagens. A maior parte dos meus amigos estão em Lisboa a estudar, então... vou comunicando com eles quase todos os dias.”</p>	<p>“Mensagens sim, falo mais todos os dias. É mais mensagens.”</p>	<p>“Não muita frequência, mas vou lá para aí 2 vezes por dia. Não é com tanta frequência como fazia há uns anos atrás, antes falava sempre pelo <i>Facebook</i> e agora prefiro telefonar e encontrar-me com a pessoa e falar pessoalmente. Essa interação é de vez em quando só, não é todos os dias, e um pouco de tudo.”</p>
	3.3. A interação e a lista de amigos/lista mais restrita	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Os amigos mais chegados, 10 amigos mais chegados, se tanto.”</p>	<p>“Lista mais restrita”</p> <p>“Com quem interajo mais pessoalmente, aliás até os adiciono, meto nos amigos chegados para receber as notificações e assim, ou seja, como tenho tanta gente e depois no feed e notícias não aparece tudo. Meto como amigo chegado e assim recebo as notificações. Publicou e já sei que ele publicou.”</p>	<p>“Lista restrita.”</p> <p>“Das minhas amigas mais próximas, os que considero meus amigos mesmo.”</p>	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Amigos mesmo chegados, aqueles com quem eu me encontro fora da rede social.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.4. Remoção de amigos e a sua razão	<p>“Vários”</p> <p>“Porque na altura tinha adicionado e depois vi que os não conhecia, por isso não fazia sentido.”</p>	<p>“Já.”</p> <p>“Porque não conhecia, nem sequer conhecia de vista então depois fui fazer uma limpeza.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Ou por me chatear ou porque não conheço mesmo. Já me aconteceu aparecer uma pessoa no Facebook e eu “não conheço esta pessoa de lado nenhum, porque é que a tenho como amiga?” E vou lá e elimino.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque senti que não o conhecia o suficientemente bem para que ele tivesse acesso às minhas coisas privadas.”</p>
	3.5. Perceção acerca da dimensão da lista de amigos e possível desconforto	<p>“Sim e eliminei alguns.”</p> <p>“Não, mas vi que era demasiado e não conhecia as pessoas, comecei a eliminar.”</p>	<p>“Sim, bastante.”</p> <p>“Sim, tipo, “olha esta pessoa não conheço de lado nenhum e sabe o que é que eu ando a fazer” e se calhar nem sabia que era amigo dela, com tanta pessoa não tinha a noção que era amigo dessa pessoa no Facebook.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Sim. Aí é que criei outro Facebook, mais de metade não conhecia ninguém.”</p>	<p>“Muitas vezes.”</p> <p>“Sim. Sentes-te um pouco invadida por aquilo que partilhas e por essa razão é que comecei a controlar um pouco mais aquilo que partilhava porque eram demasiadas pessoas a ver.”</p>
	3.6. Conhecimento e aceitação do algoritmo “pessoas que talvez conheças”	<p>“Sim. Não... quer dizer, sei que são pessoal que eu talvez conheça mas não sei é porque è que aquilo aparece.”</p> <p>“Não.”</p>	<p>“Sim. Sei, é... o Facebook automaticamente vê que tenho amigos em comum e então propõe-me se eu conheço a pessoa ou não.”</p> <p>“Sim, já nem me lembrava da pessoa e até ou já fui muito amigo da pessoa anteriormente ou assim e acabo por adicionar.”</p>	<p>“Sim. É uma forma de “impingir” amizades. Acho que aparece por acaso, não sei.”</p> <p>“Não.”</p>	<p>“Sim. Deve ser se calhar quem pesquisa mais vezes o Facebook de alguém ou por amigos próximos.”</p> <p>“Uma ou duas vezes.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.7. Relação entre o Facebook e o nível de conhecimento da vida dos amigos	“Acho que sim, acho que sabia as mesmas coisas.”	“Não é saber mais, se for mesmo meu amigo e se for um assunto mais pessoal eu acabo por saber, agora se foi de férias para ali, acabo por saber mas... sim, acabo por saber mais coisas. De assuntos pessoais sei mais pessoalmente do que pelo Facebook.”	“Não é necessário recorrer ao Facebook”	“Dos amigos mesmo não, não me acrescentou nada (o Facebook). Agora se calhar às vezes por aquela curiosidade de ficar a saber mais. Uma pessoa não pode ser hipócrita que acaba por ir ver na mesma, mas não é dos amigos chegados, não é? Porque os amigos chegados sabemos sempre as coisas importantes.”
	3.8. Possível crescimento/decrésimo do Facebook	“Isso não sei, se calhar é capaz de passar quando houver outra que faça frente ao Facebook e as pessoas deixam de ir ao Facebook.”	“Eu acho que isto vai passar, tal e qual como existia o Hi5 que teve mais de 10 anos de existência acabou por passar. Só que acho que ainda não apareceu uma aplicação que lhe faça frente, quer dizer se calhar apareceu e o Facebook acabou por comprar, nomeadamente o Instagram e por aí fora, ou seja, os do Facebook vão acabando por controlar ali as redes todas... mas eu acho que quando existir alguém com pulso, aquilo vai acabar por acabar, sim.”	Eu acho que vai passar porque já há outro tipo de redes sociais. O Instagram acho que tem muito mais gente do que o Facebook. O Facebook acaba por ser mais tipo publicar o que é que sentes, “o que é que estás a pensar”. O Instagram é só fotos, é mais fotos e vídeos, não é tanto “ah, vou à casa de banho”, “ah, vou ali fazer não sei o quê”.	“Não me parece, e acho que está em decréscimo e está a ser substituída por outras redes sociais, como por exemplo o Instagram. Pessoalmente, eu utilizo muito mais vezes o Instagram do que o Facebook, antes utilizava muito mais o Facebook.”

	Entrevista 9	Entrevista 10	Entrevista 11	Entrevista 12	
1. Práticas dos utilizadores	1.1. Frequência e tipo de publicações	<p>“Duas vezes por mês.”</p> <p>“São mais ou músicas ou publicações que encontro noutra sítio (são mais partilhas).”</p>	<p>“Uma vez por mês.”</p> <p>“Notícias e fotografias.”</p>	<p>“Eu a maior parte das vezes só partilho quando... mas gora eu uso muito mais o <i>Facebook</i> para se calhar ajudar neste tipo de situações ou tentar ajudar do que outra coisa. Portanto, eu se calhar num dia até posso publicar quatro fotos de animais que estão para adoção e caso alguém queira, depois... De forma só a ajudar, assim coisas privadas partilho para aí 2 vezes por mês ou coisa assim.”</p> <p>“Uma ou outra foto e uma música ou outra, quando estou bem disposta (para além disso dos animais).”</p>	<p>“Uma vez por ano.”</p> <p>“É mais fotografias.”</p>
	1.2. Possíveis diferenciações das partilhas	<p>“Toda a lista de amigos”</p>	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos porque lá está, como não tenho assim uns amigos exorbitantes e como as publicações que faço não costumam ser coisas muito privadas, eu quando publico é porque sei que as pessoas vão ver, não é? Portanto, não tenho problemas em partilhar para toda a gente.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos”</p>
	1.3. Razões das partilhas	<p>“As publicações é porque concordo e tento mostrar ao resto dos meus amigos se calhar aquela opinião em particular que a publicação dá. Quanto às fotos, não sei... Ou porque estou com os meus amigos ou família e gosto de partilhar as fotos com as outras pessoas.”</p>	<p>“Porque acho interessante, principalmente as notícias que vejo acho que, sei lá... Quando vejo uma notícia interessante, gosto de partilhar, mas faço isso poucas vezes porque, não sei...”</p>	<p>“Não sei bem, não há um motivo aparente, acho que isso pelo menos de mim, depende muito. Sei lá, sou muito bem disposta, estou muito feliz, está um dia muito fixe, “olha esta música”. Lá está, eu partilho mais é a nível de músicas e se calhar uma música que naquele dia esteja a fazer todo o sentido, pronto partilho. Só mesmo porque sim, não há um motivo aparente.”</p>	<p>“Só para atualizar.”</p>

1. Práticas dos utilizadores	1.4. Motivação para a criação do Facebook	“Toda a gente utilizava e eu ainda nem sequer sabia mexer no Facebook, mas como toda a gente utilizava criei.”	“Sei lá, a cena de falar com os amigos, não sei bem. Porque isto numa altura da juventude, tipo aos 15/16 anos, uma pessoa cria o Facebook para quê? Porque toda a gente tem, é basicamente isso. A partir da universidade é uma cena que dá jeito, através dos grupos e das coisas que tens para falares com as pessoas. O contexto mudou.”	“Acho que... Eu na altura nem queria criar, eu na altura ainda tinha o Hi5 e sempre achei o Facebook “isso é ridículo”, mas depois lembro-me de ter as minhas amigas todas a chatear-me “é bué fixe, é melhor que o Hi5, e há bué jogos e podes fazer bué coisas” e eu pronto, entrei na onda. Lá está, era moda na altura, depois quem é que não tinha um Facebook, não é? Uma pessoa depois acaba por ir, mas nunca tive um motivo aparente.”	“Para as novidades do grupo da turma, para as notas, mas não só. Porque passa-se lá muita coisa, vá. Estar mais presente na vida de quem está mais afastado.”
	1.5. Possível eliminação do Facebook	“Já mas foi por poucos segundos, foi do género “já estou farta disto”.”	“Sim, já o eliminei até uma vez. Até terá sido naquela fase dos 15/16, depois eliminei tipo aos 18. Porque sei lá, tinha muitos amigos ou tinha muitas pessoas que não conhecia, tinha fotografias muito estúpidas, não sei...”	“Já. Porque agora tenho estes “poucos amigos”, no entanto antes já houve uma altura em que tinha 2 mil e tal amigos e não conhecia metade nem mais de metade, nem nada que se pareça. Era na altura em que era uma garota e que achava que ter amigos no Facebook era muito fixe e que aumentava muito a... Aquela ideia de que ser popular é bom e que queremos que as pessoas saibam quem nós somos e não sei quê.”	“Ah... não.”
	1.6. Grau de satisfação	“Nem satisfeita nem insatisfeita.”	“Satisfeito.”	“Nem uma coisa nem outra, a mim não me tira nem me dá nada, portanto.”	“Satisfeito.”
	1.7. Aspectos positivos acerca do Facebook	“Consigno ver o que as outras pessoas andam a fazer.”	“Tu teres contacto com as pessoas e mesmo as pessoas estando longe tu podes continuar a estabelecer contacto ou veres fotos deles ou coisas que eles fazem que tu não sabias se não estivesse com eles. Imagina, eu estou na	“É muito melhor para as pessoas... O Facebook é bom porque lá está, não tenho que falar com eles (amigos) todos os dias para ver se estão bem, como é que estão, onde é que estão, saber aquelas coisas básicas, não é? Se foram de férias, aquelas coisas mais normais, isso é	“Foi o que disse antes, de permitir ver... estar mais presente na vida das pessoas que estão mais afastadas.”

1. Práticas dos utilizadores			Guarda e tenho um amigo em Lisboa ou um rapaz que já foi meu amigo está em Lisboa, eu ao ver as coisas dele, vejo mais ou menos o que é que ele anda a fazer e coisas assim. Em vez de falarmos...”	bom. Também a facilidade com que tu hoje vais ao <i>Facebook</i> , até podes estar só no “scroll” e a ver o que se passa e lembras-te “olha, por exemplo, uma amiga minha pôs aqui uma coisa eu vou-lhe perguntar como é que está” é muito mais fácil, é direto, tu lembras-te é logo ali.”	
	1.8. Aspetos negativos acerca do <i>Facebook</i>	“Acho que é uma forma de as pessoas expressarem mal aquilo que sentem, se calhar direcionam mal, por exemplo se há críticas, se fosse pessoalmente eles não o faziam, mas pelo <i>Facebook</i> “ah, como ninguém me pode fazer nada, vamos lá dizer tudo o que nos aqui na cabeça”.”	“Talvez a tua privacidade ser um bocado exposta. Eu não publico muito, a coisa da privacidade em mim não se aplica muito. Agora em outras pessoas que têm as fotos todas para as outras pessoas e tens aquela coisa de que podes pôr “gosto”, podes comentar, pessoas de fora, isso já te afeta um bocado a tua privacidade. Mas o <i>Facebook</i> já criou ferramentas para a tua privacidade ficar menos exposta, para teres mais privacidade.”	“A privacidade quando as pessoas não se resguardam, acaba por ser... acabam por pôr ali tudo e as pessoas ficam a saber de coisas que ninguém tem nada interesse e que muitas vezes pode ser perigoso. Pode haver muitos casos em que se calhar miúdas de 13 e 14 anos, em que estejam na fase do querer ser popular e de querer conhecer gente e não sei quê, poderem falar com pessoas que não conhecem e tu nunca sabes quem está do outro lado, e isso acontece muito e pode ser muito usado para esses fins... Para se calhar, pessoas mais velhas e assim conseguirem ter acesso aos jovens e fazerem-se passar por outras pessoas, isso é um aspeto muito negativo, é como se não houvesse veracidade. O <i>Facebook</i> encobre muito, o que aparenta ser lindo e maravilhoso não é, mas ali no <i>Facebook</i> é tudo fixe.”	“Talvez a falta de... também, ao mesmo tempo estamos um pouco expostos.”

		Entrevista 9	Entrevista 10	Entrevista 11	Entrevista 12
2. Percepções acerca da amizade	2.1. Preferências da interação com os amigos (dentro ou fora da rede)	“Se forem os meus amigos que sejam próximos, eu gosto mais de interagir com eles fora da rede, mas a rede é um bom meio para eu me conseguir juntar com eles. Acho mesmo que só na rede é só mesmo um meio de conseguir estar com eles presencialmente, enquanto estando com eles presencialmente é muito mais fácil trocar histórias, sei lá... conviver. “	“Fora da rede, sem dúvida. Porque na rede é uma coisa virtual, é uma conversa virtual, é um ambiente todo virtualizado e eu a falar contigo no contexto fora do Facebook, é uma coisa totalmente diferente porque é a realidade, é o contacto, é as expressões, é toda uma panóplia de coisas espetacular.”	“Fora. Porque, lá está, é tudo mais real, é tudo mais verdadeiro. Eu por exemplo, eu posso estar a falar com um amigo virtualmente e dizer que está tudo bem e mandar um smile a sorrir e, no entanto, eu posso estar na cama a chorar baba e ranho e essa pessoa não sabe. Frente a frente é tudo muito mais real, virtualmente tu consegues encobrir tudo o que tu queres e mostras só o que queres e até pode não ser verdade, mas tu queres dizer aquilo e mostras aquilo, é muito mais fácil enganares alguém.”	“Fora. Eu tenho, sempre tive algum receio de alguma pirataria que pudesse existir. Tenho lá pedidos de amizade que eu sei que são perfis falsos, sei mesmo porque depois disseram-me. Eram brincadeiras mas... por acaso aqueles eram brincadeiras mas poderia haver alguns que não fossem brincadeiras. Ou alguém saber a pass ou descobrir a pass de alguém.”
	2.2. Manutenção da amizade (dentro ou fora da rede)	“Boa pergunta. Por exemplo, há muitas amizades que eu ainda mantenho por causa do Facebook, é só mesmo por aí... Por exemplo, vemos uma publicação e lembramo-nos “olha esta pessoa é minha amiga, afinal ainda anda por aqui”. Também depende das pessoas e do quanto estamos dispostos a manter a amizade.” Consegue ver ambas as partes.	“Ora bem, as amizades que tu já tens amizade, as pessoas que convivem diariamente contigo ou semana a semana... fora, porque é real, é uma coisa real, sei lá. Isso vai encaixar na pergunta anterior porque tu quando falas com alguém frente a frente, na perspetiva real é totalmente diferente do que estares a escrever à frente de um computador, consegues apreciar a coisa muito melhor.”	“Se for uma amizade efetivamente verdadeira, é muito mais fácil manter-se fora disso porque lá está, é frente a frente e é nas relações interpessoais que nós conseguimos ser verdadeiramente amigos de alguém. E é falando, e é estando, e é partilhando momentos, partilhar momentos reais. E no Facebook, lá está, pode ser tudo muito falso... Acaba por ser muito enganador, portanto acho que fora da rede é muito mais fácil manteres uma amizade verdadeira e real.”	“Fora. Pelos mesmos motivos que disse anteriormente.”

2. Perceções acerca da amizade	2.3. O <i>Facebook</i> e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	“Se calhar fortalecer.”	“Permanecem iguais.”	“Eu sinceramente acho que as amizades fortes se calhar até se podem ter intensificado, na medida em que, lá está, há sempre aquele afastamento. Mas, no entanto, não há uma influência direta entre <i>Facebook</i> e amizades mais fortes, nem nada que se pareça.”	“Fortalecer.”
	2.4. Possíveis amizades <i>online</i> transpostas para fora	“Sim.”	“Já, é curioso isto... de facto foi a minha namorada, eu conheci no <i>Facebook</i> por volta dos meus 17/18 anos e por acaso olha, deu um amor bonito.”	“Já, já conheci vários. Eu na altura em que tinha mais amigos e que era mais garota eu se calhar aí eu conhecia as pessoas de vista e pelo <i>Facebook</i> depois conseguimos ficar amigos e assim. E depois lá está, o meu namorado também o conheci lá, já o tinha visto de... já o conhecia de vista e foi no <i>Facebook</i> que nós estabelecemos o primeiro contacto.”	“Não, geralmente é ao contrário.”

		Entrevista 9	Entrevista 10	Entrevista 11	Entrevista 12
		3.1. Possíveis critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade	<p>“Antes aceitava (toda a gente), agora não.”</p> <p>“Agora se eu conheço a pessoa, pelo menos de vista, aceito. Nem que haja amigos em comum, por exemplo se alguma pessoa me adiciona e tem amigos em comum, “eu não te conheço, não és minha amiga”.</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Só adiciono as pessoas que realmente já vi ou já estabeleceram contacto comigo.”</p>	<p>“Agora tenho.”</p> <p>“Lá está, tenho que conhecer, nem que seja de vista ou vi ali ou assim, tenho que conhecer. Antes não tinha, agora é completamente essencial eu saber que aquela pessoa “é aquela, já a vi ali”, ter uma ideia geral do que a pessoa é. Porque eu até posso conhecer de vista mas se eu não gostar dessa pessoa não a aceito porque não quero que ela veja o que eu partilho. Mas sim, é conhecer, ter uma ideia do que é a pessoa, isso para mim é fundamental.”</p>
3.2. Frequência e modos da interação com os amigos	<p>“Quase todos os dias envio mensagens privadas e, se calhar comentários nem tanto, mas likes, agora os “adoro”.”</p>	<p>“Mensagens privadas só mando no Facebook se não tiver saldo no telemóvel e falo com a minha namorada quando vemos alguma coisa engraçada no Facebook e ela manda link e coisas assim.</p> <p>A interação é talvez uma vez por semana, é likes e conversa privada com um ou dois amigos, ou três e identificar alguém para essa pessoa ver.”</p>	<p>“Os meus amigos, eu ponho sempre aquele like de amiga, isso faço muito, mas mensagens privadas só se calhar em casos mais específicos, quando há algo mais em concreto para se dizer e nesses casos, a maior parte das vezes, eu recorro ao telefone e não ao Facebook. E se calhar quando vejo uma coisa engraçada e quero partilhar, se calhar notifico essa pessoa aí, só para, pronto. Essa interação é no máximo duas vezes por semana.”</p>	<p>“Todos os dias, um pouco de tudo.”</p>	

3. A construção da amizade no Facebook	3.3. A interação e a lista de amigos/lista mais restrita	“Lista mais restrita.”	“Lista restrita.”	“Lista mais restrita.”	“Lista mais restrita, os amigos mais próximos.”
		“É só com aquelas pessoas com quem me dou, mais próximo.”	“Os meus amigos reais, por assim dizer.”	“São os meus amigos, os que eu considero meus amigos fora da rede e que há uma relação diária com esses amigos fora do Facebook.”	
	3.4. Remoção de amigos e a sua razão	“Sim.”	“Já.”	“Sim.”	“Já.”
		“Porque se calhar deu “like” numa foto minha e eu “quem é esta pessoa?”, não conheço de lado nenhum, nunca falámos, “bem, remover amigo”.”	“Porque senti que havia pessoas que não faziam falta nenhuma.”	“Então nessa altura tinha muitos amigos e depois quando caí na realidade e cresci mais um bocadinho, olhei para aquilo e pensei “é absurdo teres isto tudo” e se calhar eu na altura fazia publicações mais privadas e toda a gente via aquilo, ou seja, então comecei a pensar... Nunca o apaguei, mas já fiz inúmeras remoções e volta e meia ainda vejo, agora é raro porque eu agora... Eu tornei-me muito seletiva mas eu lembro-me numa altura ter apagado mil e tal amigos porque comecei a olhar e pensei “isto não faz sentido nenhum, ninguém tem nada a ver com a minha vida, portanto vou apagar, não quero ter...”.”	“Porque não conhecia.”

3. A construção da amizade no Facebook	3.5. Perceção acerca da dimensão da lista de amigos e possível desconforto	<p>“Sim.”</p> <p>“Já senti que se calhar não há necessidade de tanta gente estar a ver o que é que eu faço, mas depois também dá muito trabalho ir aquela lista de amigos e eliminar.”</p>	<p>“Já e já fiz uma atualização e já removi alguns daqueles que não estavam lá a fazer nada.”</p> <p>“Senti que tinha lá pessoas que não faziam falta nenhuma ali, que não fazia sentido estarem ali aquela hora naquele momento, era irrelevante elas verem ou não verem, ou sei lá... Não precisava que elas vissem as minhas coisas, nem eu ver as delas, estás a ver? Não havia qualquer tipo de vantagem nisso.”</p>	<p>“Já.”</p> <p>“Quando me apercebi senti, senti do género “como é que eu me deixei chegar a este ponto”, foi mais ou menos isto porque apercebi-me, eu tinha lá pessoas... eu apercebi-me que eu tinha homens muito mais velhos adicionados ali e depois uma pessoa toma consciência e se calhar antes eu via aquilo de uma forma normal e se calhar agora, olhei e pensei “isto não é normal, esta pessoa vê tudo que eu partilho e eu não o conheço, ele não me conhece e porque é que ele quis ser meu amigo? E porque é que eu o aceitei?”. E na altura eu tomei consciência e pensei “não, isto é um absurdo”. Eu realmente senti-me um bocado infantil por ter pensado que o Facebook era muito fixe e que ter amigos era muito fixe.”</p>	<p>“Não.”</p>
	3.6. Conhecimento e aceitação do algoritmo “pessoas que talvez conheças”	<p>“Sim. Não sei, se calhar são pessoas que também são amigas dos meus amigos, então o Facebook sugere.”</p> <p>“Não.”</p>	<p>“Claro. Sei, talvez seja os teus amigos, deve ser pessoas que tens em comum com os teus amigos que te aparecem lá de lado.”</p> <p>“Se calhar já, pessoas que eu já conhecia só que nunca tinha tido a coisa e vi lá o nome “olha já conheço este rapaz”.”</p>	<p>“Sim. É os amigos que os meus amigos têm e que eu também posso conhecer e aquilo associa do género “não queres adicionar também? Conheço o teu amigo”.”</p> <p>“Acho que sim, mas lá está pessoas que eu efetivamente conheço.”</p>	<p>“Sim, já. Aquilo há de ter alguma coisa em comum dos amigos em comum ou alguma coisa do género.”</p> <p>“Já.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.7. Relação entre o Facebook e o nível de conhecimento da vida dos amigos	“É necessário recorrer ao Facebook.”	“De alguns amigos que estão distantes é uma vantagem existir o Facebook, eles publicarem as coisas que uma pessoa vai-se atualizando em relação à vida deles, não é? Agora em relação aos amigos que uma pessoa está quase todos os dias é irrelevante.”	“Acho que isso só se aplica mais quando nós não conseguimos estar diariamente com os nossos amigos e eles são de longe, o Facebook ajuda. Uma pessoa partilha uma coisa ali, tu sabes o que essa pessoa está a fazer, tirando isso acho que não. Acho que as coisas importantes não se sabem através do Facebook.”	“Não sabia (a mesma coisa sobre a vida deles).” “Porque publicam lá muita coisa. Eu não estou sempre presente na vida das pessoas, mas no Facebook eles publicam lá muita coisa em momentos que eu não estou presente.”
	3.8. Possível crescimento/decrésimo do Facebook	“Sinceramente, eu acho que agora as pessoas já não vão tanto ao Facebook, pelo menos as pessoas com quem eu me dou. Porque há outras formas de comunicar, outras aplicações, não sei... Se calhar, se virmos o Facebook na parte só do Messenger então não, isso vai ser sempre utilizado, acho eu. Agora o Facebook de partilhar, publicações, fotos, acho que já esteve mais na moda, por assim dizer.”	“Eu penso realmente que é uma moda porque as redes sociais em si são uma moda. Antes tínhamos o Hi5 que era muito popular, agora veio o Facebook, já está há algum tempo até no mercado, não é? o Facebook pode ter tanta atração ou pode dar tanto jeito às pessoas para se comunicarem como uma nova rede social que possa surgir e que esteja mais na “moda” e que possa atingir um patamar tão igual ou superior ao que o Facebook já atingiu, em termos de comunicação.”	“Considero que é uma moda e que acho que efetivamente já está a passar, acho que o auge... acho que o Facebook já atingiu o seu auge e que nos dias de hoje as pessoas até podem ter Facebook, mas já não lhe dão tanta importância como davam antes e se calhar nós vemos, por exemplo se calhar há outra rede social agora que eu acho que está mais no auge que é por exemplo o Instagram. Acho que o Facebook tem perdido muito da sua utilização para o Instagram e acho que o Facebook... as pessoas podem ter e podem continuar a ir lá mas acho que já não é metade do que era antes.”	“Acho que vai crescer... Ah, aliás, o Facebook acho que vai começando... Cada vez as pessoas mudam mais para outras (redes sociais). O Facebook em si...”

	Entrevista 13	Entrevista 14	Entrevista 15	Entrevista 16	
1. Práticas dos utilizadores	1.1. Frequência e tipo de publicações	<p>“Muito raro, de 2 em 2 semanas se calhar.”</p> <p>“Notícias, fotografias e vídeos.”</p>	<p>“É muito raro, uma vez por mês.”</p> <p>“Músicas, fotografias.”</p>	<p>“Nenhuma, não costumo publicar.”</p>	<p>“De meio em meio ano, por aí. De quatro em quatro meses...”</p> <p>“Maioritariamente ou é fotografias ou é notícias que eu acho que são importantes divulgar.”</p>
	1.2. Possíveis diferenciações das partilhas	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>
	1.3. Razões das partilhas	<p>“São coisas que acho que são... São coisas importantes e que as pessoas devem ver e...”</p>	<p>“Gosto que eles vejam as coisas que eu partilho.”</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>“As notícias é mais para dar a conhecer os casos porque muitas vezes passamos por uma notícia mas não ligamos, mas se passarmos por ela duas ou três vezes somos obrigados a ler, não é? E então acho que quanto mais partilhas tiver, melhor para ser divulgado. As fotografias, pronto... é só porque sim.”</p>

1. Práticas dos utilizadores	1.4. Motivação para a criação do Facebook	“Foi, na altura todos os meus amigos criaram, era uma coisa “nova” e que estava na moda e criámos todos.”	“Era mais fácil de falar com pessoas que não estavam comigo diariamente ou estavam longe, era uma forma de comunicarmos.”	“Porque agora a gente da nossa idade comunica toda por aí e, em turma, nós temos um Facebook em conjunto (um grupo, um chat) onde publicamos lá tudo acerca da escola.”	“Ao início não foi nada em especial, foi porque era... porque toda a gente tinha e pronto. Mas depois dei-lhe mais utilidade por causa de o meu namorado estar longe e às vezes as redes sociais fazem o longe perto. Na altura não havia as mensagens gratuitas, era tudo a pagar e então era muito mais fácil falar pelo Facebook que não se pagava do que por as mensagens que eram a pagar.”
	1.5. Possível eliminação da conta	“Ahhhh... Já. Porque andava a ser “seguido”.”	“Sim. Porque achava que não valia a pena, que mantinha relações que não valia a pena estarem pelo Facebook.”	“Não.”	“Já, já pensei. Porque não... porque como agora há as mensagens gratuitas, não lhe via utilidade, mas vai-se sempre vendo as notícias, vou dando essa utilidade.”
	1.6. Grau de satisfação	“Satisfeito.”	“Estou satisfeita.”	“Satisfeita.”	“Satisfeita, já tive mais satisfeita do que agora.”
	1.7. Aspetos positivos acerca do Facebook	“Pela mesma forma, podemos alcançar o maior número de pessoas, sensibilizando ou assim.”	“É muito mais fácil de comunicares com alguém que esteja longe de ti.”	“Fácil comunicação, mesmo que estejas fora do país. A gratuidade.”	“O Facebook torna, pelo chat, pelas videochamadas, torna o longe perto. Dá para ver o... agora os jornais publicam muitas notícias lá, é muito mais rápido o acesso.”

1. Práticas dos utilizadores	1.8.Aspetos negativos acerca do Facebook	“Toda a gente me pode ver e pode ter repercussões se formos pessoas famosas, se formos pessoas muito conhecidas, populares e pode... rapidamente se espalha a informação e fotos e etc.”	“Toda a gente pode-te encontrar, mesmo que tenhas um perfil privado conseguem-te encontrar.”	“A falta de privacidade, pronto o estar muita gente ali, os amigos dos teus amigos, os teus amigos.”	“Tudo depende do que se lá publica e do que deixamos os outros ver, de quem adicionamos como amigo, tudo depende porque muitas vezes o Facebook tem essa parte má, nunca sabemos quem está do outro lado, pode dizer que é uma pessoa e depois ser outra e só devemos adicionar quando sabemos que é mesmo aquela pessoa. Ah, metes lá uma coisa, por mais que apagues nunca sai da Internet, fica lá sempre, mesmo tu pensando que não, fica lá. E pronto, é por aí, tudo depende do que uma pessoa publica ou não.”
------------------------------	--	--	--	--	---

		Entrevista 13	Entrevista 14	Entrevista 15	Entrevista 16
		2. Perceções acerca da amizade			
2.1. Preferências da interação com os amigos (dentro ou fora da rede)		“Fora do mundo virtual, obviamente. Porque, sei lá... é muito melhor estares a falar com uma pessoa pessoalmente do que através das redes sociais e, até porque podes ver caras, podes...”	“Fora. É diferente estarmos a falar através de um teclado ou a falar pessoalmente com a pessoa, a relação é sempre diferente.”	“Fora. Sei lá, é mais “gesticulável”...”	“Fora. Porque dentro do <i>Facebook</i> podemos escrever uma mensagem e... por exemplo, eu digo uma coisa de uma maneira, a mensagem é escrita de uma maneira e a outra pessoa recebe de outra forma. E isso é um bocado mau e então mais vale falar com as pessoas porque assim veem como é que tu dizes as coisas do que pelo <i>Facebook</i> em que podes estar a perceber uma coisa e depois ser outra completamente diferente.”
	2.2. Manutenção da amizade (dentro ou fora da rede)	“Fora. Porque tu através do <i>Facebook</i> não fazes nem metade das coisas que podes fazer na vida real, no <i>Facebook</i> podes enviar gostos, fotos, vídeos, mas não podes transmitir um olhar.”	“Fora. É o facto de estarmos juntos pessoalmente.”	“Dentro. Porque se calhar não falamos tanto assim, cara-a-cara, mas por <i>Facebook</i> se calhar até falamos todos os dias e cara-a-cara se calhar nem nos vemos. E não teres disponibilidade ou não te apetecer sair de casa e ali falas com a pessoa todos os dias.”	“Fora. Porque tens expressões que o <i>Facebook</i> não te pode transmitir, lá está, isso às vezes prejudica muito as amizades porque a pessoa entende de uma maneira, depois a outra diz de outra e pode haver ali chatices que se calhar eram desnecessárias.”
	2.3. O <i>Facebook</i> e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	“Permanecem iguais.”	“Permanecem iguais.”	“É igual, mas tem tais coisas, os aspetos positivos de eu poder estar a falar com uma amiga e ela mandar-me “olha vi isto fixe”, pronto mandar anexos uma à outra. Por isso sim, se calhar... fortalece.”	“Acho que permanecem iguais desde que tenha o contacto físico e visual com a pessoa.”

2. Percepções acerca da amizade	2.4. Possíveis amizades <i>online</i> transpostas para fora	“Sim, a minha namorada.”	“Sim, o meu namorado.”	“Não.”	“Já mas lá está... por exemplo o meu namorado, eu conhecia-o de vista e tínhamos estado juntos num encontro juvenil, mas não... mas falámos lá, só olá e adeus, e o <i>Facebook</i> , como ele estava longe, fez com que começássemos a falar e com que fosse crescendo a amizade inicial, estás a perceber? Foi um meio de fazer a amizade crescer e depois encontrávamo-nos e depois aí é que houve a troca de telefones e isso tudo. Lá está, isso foi bom porque eu já conhecia a pessoa, mas se eu não a conhecesse, nunca teria falado com ela sequer.”
---------------------------------	---	--------------------------	------------------------	--------	---

	Entrevista 13	Entrevista 14	Entrevista 15	Entrevista 16	
3. A construção da amizade no Facebook	3.1. Possíveis critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade	“Sim.” “Meus conhecidos.”	“Sim.” “Só aceito pessoas que conheço.”	“Sim.” “Conhecer.”	“Sim.” “O critério é: pessoas que eu conheça de vista, que eu saiba. Depois também familiares, também sou muito restrita a nível da família, por exemplo tenho adicionada a minha mãe, mas há muitas coisas que ela não vê. Existe uma recriminação, digamos assim. Depois há outros familiares com quem eu não me dou tanto que acho que não me sinto à vontade para partilhar certas coisas, fotografias basicamente, então não aceito simplesmente.”
	3.2. Frequência e modos da interação com os amigos	“Todos os dias, de tudo um pouco.”	“Diariamente, um pouco de tudo.”	“Todos os dias não, mas pronto, quando me lembro ou... todas as semanas, mais do que uma vez por semana.”	“Likes faço duas vezes por semana, por aí. Agora pelo chat falo com alguma frequência, mas é mais com o meu namorado e com a minha ex-colega de casa que agora está longe Pronto, pelo chat há sempre uma mensagem ou outra por dia, agora os likes é mais duas vezes por semana, comentários quase zero.”
	3.3. A interação e a lista de amigos/lista mais restrita	“Só uma secção.” “Só os meus amigos verdadeiros, chamados verdadeiros.”	“Lista mais restrita.” “Família, amigos mais chegados.”	“Lista mais restrita.” “Gente mais chegada, como alguns colegas de turma e assim.”	“Lista mais restrita.” “Namorado e ex-colega de casa.”

3. A construção da amizade no Facebook	3.4. Remoção de amigos e a sua razão	<p>“Sim.”</p> <p>“Não me sentia bem com as coisas que eles viam, ou a amizade já não era...”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque já não fazia parte da minha vida.”</p>	<p>“Não.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque ou não o conhecia ou não tinha uma ligação assim tão forte para o ter como amigo no Facebook.”</p>
	3.5. Perceção acerca da dimensão da lista de amigos e possível desconforto	<p>“Sim, mas depois dá muito trabalho a apagá-la.”</p> <p>“Não senti desconforto e deixei lá estar essa lista.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Senti que tinha de os remover porque não queria que vissem as coisas que eu partilhava.”</p>	<p>“Não.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Porque, por exemplo havia gente que tinha dois ou três Facebook’s ao mesmo tempo, e eu pergunto-me “para quê? Se a pessoa é só uma, porque é que tem três facebook’s?”, então eliminei os três. Depois houve uma altura, no início, em que a gente adicionava toda a gente que aparecia no Facebook e a partir de um certo momento achei que isso não tinha lógica nenhuma, então eu passei para aí de três mil amigos para os novecentos e tal. Pronto foi assim... eliminei tudo... tive o trabalho de eliminar os amigos todos para não estar a eliminar o Facebook e depois ter de adicionar outros, então preferi eliminar e pronto.”</p>
	3.6. Conhecimento e aceitação do algoritmo “pessoas que talvez conheças”	<p>“Sim. Talvez amigos dos nossos amigos.”</p> <p>“Sim, porque ou eram meus conhecidos que eu já os conhecia só que ainda não tinha adicionado.”</p>	<p>“Sim. Sim, são pessoas que são amigas de amigos meus por exemplo.”</p> <p>“Já.”</p>	<p>“Sim. Aparece dos amigos em comum e dos de telemóvel, aparecer o número de telemóvel.”</p> <p>“Não.”</p>	<p>“Sim, mas a maior parte das vezes não conheço. Não faço ideia do que seja aquilo, mas acho que deve ter a ver com os amigos em comum. Também não ligo muito a essa parte do Facebook, quando aparece passo logo à frente.”</p> <p>“Não.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.7. Relação entre o Facebook e o nível de conhecimento da vida dos amigos	<p>“Sim, é necessário.”</p> <p>“No caso em que as pessoas publicam por exemplo quando publicam que estão de férias em certo sitio.”</p>	<p>“Já.”</p> <p>“Porque assim estava sempre ao corrente do que estava a acontecer.”</p>	<p>“Não, não sabia o mesmo sobre a vida deles.”</p> <p>“Porque eles publicam lá tudo, estão de férias eles publicam.”</p>	<p>“Alguns não sabia porque, lá está, amigos amigos saberia, aqueles amigos mais chegados saberia, mas por exemplo, outros que estão longe não saberia... porque os amigos mais chegados de certeza que iria saber porque se são chegados é porque tenho algum contacto com eles, para além do Facebook. Mas aqueles mais distantes, alguns não preciso de perguntar o que estão a fazer porque eles metem tudo.”</p>
	3.8. Possível crescimento/decrésimo do Facebook	<p>“Vai passar porque na altura foi o Facebook e não havia nada mais e agora começa a haver mais redes sociais, mais formas de as pessoas falarem entre elas e pronto.”</p>	<p>“Vai passar porque acho que hoje em dia já há muitas redes sociais e o Facebook já começa a ficar um bocado mais de lado.”</p>	<p>“Não, vai ser como o Hi5, vai chegar a um ponto que vai acabar.”</p>	<p>“Eu acho que o Facebook já esteve mais em altas do que agora porque o Facebook de antes era mais para os jovens, agora não. Agora tanto adultos como idosos, como crianças, como de tudo, têm Facebook e acho que isso desperta mais um desinteresse da minha parte porque... principalmente os adultos às vezes ainda são piores que os jovens porque os adultos partilham TUDO, tudo aquilo que fazem. Agora os jovens é mais Instagram porque não há os adultos que há no Facebook, é mais por aí... mas acho que os jovens, que era quem mais tinha Facebook, acho que se desinteressou um bocado pelo Facebook. Eu tenho muitos amigos que vão ao Facebook só porque sim, só para ir ver o que lá há ou para ver algumas notícias, ou os grupos. Dão-lhe outra utilidade.”</p>

		Entrevista 17	Entrevista 18	Entrevista 19	Entrevista 20
		1.1. Frequência e tipo de publicações	<p>“Duas ou três vezes no ano, eu não sou muito de publicar no <i>Facebook</i>.”</p> <p>“Fotografias minhas, pessoais e alguma notícia ligada à área de estudos.”</p>	<p>“Muito raramente, a última vez que mudei a foto de perfil foi para aí há um ano.”</p> <p>“Fotografias. Notícias raramente.”</p>	<p>“Uma vez por mês, uma música, não publico muito.”</p> <p>“À base de músicas.”</p>
1.2. Possíveis diferenciações das partilhas	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos, é público.”</p>	<p>“Toda a lista de amigos.”</p>	
1.3. Razões das partilhas	<p>“As fotografias é para mudar porque uma pessoa vai... para renovar a minha imagem. E as publicações, para dar a conhecer também alguns arranjos científicos na área a pessoas que possam ter interesse.”</p>	<p>“Para mudares, mesmo. E mesmo assim para mudar é só mesmo “ih, já tenho isto aqui há um ano, se calhar mudava isto”, só mesmo para não estar sempre igual, mas pronto, basicamente é isso.”</p>	<p>“Não tem assim uma razão específica, é à base de atualizar os interesses ou assim. As músicas, às vezes tem a ver com o estado de espírito.”</p>	<p>“Talvez para manter o meu <i>Facebook</i> atualizado.”</p>	

1. Práticas dos utilizadores	1.4. Motivação para a criação do Facebook	“O facto de tentar ser mais fácil criar ligações com os meus amigos, muitas vezes deixam de me responder a mensagens ou se esquecem a mensagens e assim consigo, ao longo do tempo, saber se eles estão bem, onde estão e mandar mensagens quase diariamente pelo Messenger a ver se está tudo bem e se precisam de alguma coisa, basicamente. Para manter o contacto.”	“Já não me lembro, mas na altura sei que o Facebook era relativamente recente e depois aquilo virou moda na escola e acho que foi muito por aí, toda a gente na turma tinha, a gente disse “ah, tens de criar”, depois pronto criei.”	“Na altura foi mesmo a curiosidade de entrar nesse novo mundo já que estava toda a gente a experimentar e... foi mais o passa a palavra.”	“Estava na moda, toda a gente tinha um e eu pensei “porque não também fazer um?” e até porque o chat do Facebook dá muito jeito, é quase como um telemóvel, dá para mandar mensagens...”
	1.5. Possível eliminação do Facebook	“Não.”	“Sim, já o eliminei até. Na altura fartei-me daquilo, foi um verão que fiquei mesmo sem Facebook, foi muito bom, por acaso foi muito bom.”	“Já, isso o Facebook acho que é uma... às vezes é mais um vício que aquilo que vale, as pessoas às vezes publicam muito mais que aquilo que devem ou isso. Passam muito a vida lá.”	“Já tive duas contas no Facebook, esta é a segunda, a primeira eliminei. Quis fazer uma limpeza e então decidi eliminar e voltar a fazer um de novo e voltar a adicionar as pessoas todas de novo.”
	1.6. Grau de satisfação	“Estou satisfeita.”	“Satisfeito.”	“Acho que não tenho assim nenhuma opinião relativamente a isso.”	“Satisfeito.”
	1.7. Aspetos positivos acerca do Facebook	“O facto de ligar pessoas que se calhar eu não via diariamente, digamos assim, pessoas que se vão arrastando, vão vivendo para outras cidades, vão começando a criar família.”	“Tenho um grupo de amigos que... somos mesmo um grupinho de amigos, quando vou à minha terra saímos todos juntos e assim e nós falamos muito por lá, por isso partilhamos notícias de coisas que nos interessam e falamos muito por aí, portanto é um meio de partilhar informação que dá bastante jeito.”	“Acho que é um modo das pessoas se conhecerem. Ficares interligado, por exemplo já não conheces uma pessoa ou há algum tempo e pronto, conheceres novamente a pessoa.”	“Sem dúvida o chat. Talvez pode dar para acompanhar por exemplo novidades de pessoas que nós não vemos durante muito tempo, familiares que estão longe e que postam uma fotografia, por exemplo, a dizer que estão de férias ou que conseguiram atingir um determinado objetivo, isto tudo nós nem precisamos de falar com eles, basta ver, basta ir ao Facebook deles e ver.”

<p>1. Práticas dos utilizadores</p>	<p>1.8.Aspetos negativos acerca do Facebook</p>	<p>“Os vírus; as páginas de vendas que às vezes as pessoas nos metem nos grupos e uma pessoa fica “mas eu nem queria estar aqui” e temos de sair do grupo; o facto de às vezes haver comentários mais depreciativos; notícias que não me interessam minimamente, em certos jornais que eu sigo. Acho que isso é o lado negativo, é o poder dizermos tudo sem qualquer filtro cognitivo, podermos magoar os outros de forma indiretamente, basicamente.”</p>	<p>“O tempo que se perde no Facebook porque não temos mais nada para fazer e então vamos para o Facebook. É tempo mal gasto mas pronto, uma pessoa vai lá na mesma.”</p>	<p>“Há um lado que também é de, por exemplo darem muito a vida a conhecer e... mas isso também já depende da (do uso). Cada pessoa é livre daquilo que faz, não é? E as pessoas é que têm de ver aquilo que fazem, que gostam e que querem.”</p>	<p>“Tudo o que nós metemos lá fica na Internet e a questão da vigilância.”</p>
-------------------------------------	---	---	--	--	--

		Entrevista 17	Entrevista 18	Entrevista 19	Entrevista 20
2. Percepções acerca da amizade	2.1. Preferências da interação com os amigos (dentro ou fora da rede)	“Fora, mas não tenho oportunidade de o fazer regularmente Mas dou sempre preferência ao contato pessoal porque acho que é muito melhor falamos, conseguimos falar diretamente, o contato ocular é importante. Muitas vezes eles no <i>Messenger</i> podem dizer que estão bem e cara-a-cara é mais fácil detetar se realmente eles estão assim tão bem, é diferente, dou sempre preferência ao contato pessoal.”	“Fora. O contacto pessoal é sempre melhor.”	“Claro que fora do <i>Facebook</i> estando com a pessoa é muito melhor, não é? Cara-a-cara e falar com a pessoa, agora dentro do <i>Facebook</i> aquilo é uma realidade que... não é?”	“Fora, sem dúvida fora da rede. Porque prefiro... como diz o ditado “para mim conviver é estarmos todos no mesmo sítio cara-a-cara, a conversar uns com os outros, a olhar nos olhos uns dos outros”. O <i>Facebook</i> para mim serve é para marcar esses possíveis encontros cara-a-cara com os meus amigos. Mas sem dúvida alguma que prefiro mil vezes o contacto pessoal.”
	2.2. Manutenção da amizade (dentro ou fora da rede)	“Fora. Por essa razão, porque se a minha amizade for só diretamente, se calhar já não tinha tantos amigos como tenho no <i>Facebook</i> , é mais fácil falar com eles diretamente por lá e saber deles por lá porque um telefonema não custa, é verdade, mas com tantas coisas no dia-a-dia acabamos por nos esquecer e sair todas as semanas não dá, estou fora, estou deslocada, portanto acho que é mais fácil manter as amizades pelo <i>Facebook</i> , relembrar se está tudo bem por lá, acho que é mais fácil.”	“É igual, acho que... sim, acho que uma amizade não se pode... uma amizade mantém-se independentemente, seja no <i>Facebook</i> ou não.”	“Os verdadeiros amigos conhecemo-los aos anos, antes de existir <i>Facebook</i> e tentamos preservá-los ao máximo fora disso. O <i>Facebook</i> são amizades virtuais.”	“A amizade do <i>Facebook</i> é muito fácil de eliminar, basta carregar no botão “remover amizade” e facilmente consegues remover a tua amizade. Agora um amigo... pode-se dizer um amigo verdadeiro que já venha antes das redes porque os meus amigos vêm já antes do <i>Facebook</i> , são amigos de infância, essa amizade não é tão fácil de “remover amizade”, não é? Não há nenhum botão mágico que... no <i>Facebook</i> há mas na vida real não há.”

2. Percepções acerca da amizade	2.3. O Facebook e o fortalecimento/enfraquecimento das amizades	“Penso que permaneçam iguais, talvez consiga saber mais pelo Facebook do que por eles porque não estou sempre com eles quanto eu gostaria, mas acho que se mantêm iguais, sem dúvida.”	“Permanecem iguais, é a mesma coisa.”	“Acho que permanecem na mesma. Lá está, os amigos que tenho no Facebook, alguns tenho-os na realidade, maior parte deles claro que conheço-os de vista não posso considerar meus amigos, não é? Mas aqueles que considero meus amigos na vida real, tenho-os no Facebook, mas...”	“Acho que nem uma nem outra porque o Facebook para mim apenas serve para entretenimento e para se tiver de combinar alguma coisa, falar, fazer videochamada, por exemplo. Se for como por exemplo pessoas que estão fora do país acho que ajuda até a manter uma relação de amizade porque temos a videochamada, podemos falar com o outro. Mas aqui com os meus amigos que estão aqui perto de mim, acho que é igual, não influencia.”
	2.4. Possíveis amizades online transpostas para fora	“Não, normalmente eu conheço as pessoas pessoalmente é que no Facebook serve para manter a ligação e a amizade durante mais anos.”	“Não, acho que não.”	“Assim agora que recorde acho que não.”	“Já.”

3. A construção da amizade no Facebook		Entrevista 17	Entrevista 18	Entrevista 19	Entrevista 20
	3.1. Possíveis critérios para realizar e/ou aceitar pedidos de amizade	<p>“Sim.”</p> <p>“Apenas conhecidos. Ah, e se forem muito chatos bloqueio, às vezes as pessoas são demasiado chatas e querem saber de tudo só para cuscar, basicamente, então quando é assim eu não estou para isso e elimino.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Tento ver se conheço porque só aceito mesmo conhecidos.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Aceito as pessoas que conheço, normalmente ou de vista ou que tenha privado minimamente com elas.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Só aceito quem conheço, de vista, se souber quem é, se tiver alguma ligação com o meu grupo de amigos aceito.”</p>
	3.2. Frequência e modos da interação com os amigos	<p>“Likes diariamente se eles fizerem publicações. Agora mensagens, sei lá, de duas em duas semanas, tentar perceber se está tudo bem, se precisam de alguma coisa, se já acabaram os cursos, se não. Não, não é muito regular.”</p>	<p>“Um pouco de tudo, diariamente, principalmente naquele grupo, é onde tenho mais atividade digamos assim.”</p>	<p>“Mensagens basicamente é com os meus amigos daqui, não troco assim muitas mensagens. Uma vez por semana.”</p>	<p>“É mais mensagens privadas, comentários não faço, não tenho por hábito fazer.”</p>
	3.3. A interação e a lista de amigos/lista mais restrita	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Com os tais, amigos que eu considero mais amigos, ok? Com amizades mais duradouras.”</p>	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Do grupo de amigos mesmo.”</p>	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Com aqueles que me dou mais, que considero o meu grupo de amigos.”</p>	<p>“Lista mais restrita.”</p> <p>“Os meus amigos, aquela lista dos menos 20.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.4. Remoção de amigos	<p>“Já, quando são muito chatos ou quando fazem certo tipo de perguntas que eu acho que não têm esse nível de intimidade.”</p>	<p>“Sim.”</p> <p>“Lá está, ou eventualmente esqueci-me porque é que ele lá estava ou de onde é que o conheço ou algo desse género e acho que é muito por aí. Provavelmente não sei quem é.”</p>	<p>“Sim, sim, já.”</p> <p>“Lá está, porque alguns se calhar adicionava, adicionava e acabava por não conhecer de lado nenhum e levou-me ao corte.”</p>	<p>“Já.”</p> <p>“Por motivos pessoais, motivos de me ter chateado com essa pessoa, motivos de... às vezes não saber... às vezes o chamado “facejacking” adicionam-me pessoas que eu não conheço, depois eu vou lá.”</p>
	3.5. Perceção acerca da dimensão da lista de amigos e possível desconforto	<p>“Sim, 500 amigos é muito, eu não consigo manter o contacto com todos, por mais que queira.”</p> <p>“Se calhar não faziam falta no meu Facebook, basicamente, mas pronto.”</p>	<p>“Sim, acho que sim. Já fiz limpezas gerais mesmo, ou seja, em comparação com outras pessoas é mais reduzida mas para mim acho que ainda é muito, às vezes aparecem aqueles “cromos”. Quando há tempo e há paciência...”</p>	<p>“Sim, tanto que por vezes levou a um corte da mesma.”</p> <p>“Já tive alguns amigos pronto, que na altura quando era mais... digamos assim, naquela fase de adolescência, aceitava toda a gente e agora levou-me a um corte mais, porque... não é?”</p>	<p>“Não.”</p>
	3.6. Conhecimento e aceitação do algoritmo “pessoas que talvez conheças”	<p>“Sim. Supostamente são pessoas que têm amigos em comum e que eu posso porventura conhecer e querer torna-la amiga no Facebook, mas acho que também é mais uma maneira do Facebook nos bombardear com pessoas e de nos fazer conectar a elas para aumentar o número de amigos.”</p> <p>“Sim, pessoas que conhecia e que por acaso não tinha o Facebook.”</p>	<p>“Sim. Pessoas que tenham os amigos em comum.”</p> <p>“É provável.”</p>	<p>“Sim. Aquilo deve ter a ver com o nível de amigos em comum e isso e aquilo aparece.”</p> <p>“Não.”</p>	<p>“Sim. Acho que aquilo tem a ver com... claro com a tua lista de amigos e aparecem amigos sugeridos desses amigos, tendo por base a localização, tendo por base os amigos em comum, tem por base a escola onde andaste, tem por base, por exemplo, a universidade onde andaste.”</p> <p>“Já.”</p>

3. A construção da amizade no Facebook	3.7. Relação entre o Facebook e o nível de conhecimento da vida dos amigos	<p>“Não (sabia o mesmo), sabia muito menos.”</p> <p>“Porque as pessoas normalmente publicam por tudo e por nada, então hoje em dia é “fui tomar um café com tal, tal, tal”, como se isso fosse muito relevante. Eu consigo saber muito mais pelo Facebook do que se ligasse, sem falar.”</p>	<p>“Não, não sabia tantas coisas porque realmente as pessoas publicam tudo no Facebook, mas a maior parte das coisas são inúteis de se saber, acho que não acrescentam grande coisa à amizade.”</p>	<p>“Lá está, aqueles amigos com que me privo mais sou capaz de... ou seja, de falar e isso, saber a vida deles. Agora daqueles que falo pouco e conheço assim mais de vista é normal que, se publicou, uma pessoa sabe mais da vida deles, não é? E se dão a esse luxo.”</p>	<p>“Acho que por vezes dá para saber um pouco mais através do Facebook, acho que sim.”</p> <p>“Porque às vezes nem tudo se diz, não é? Às vezes, por exemplo, vão de férias e não dizem e a gente vê aquilo no Facebook, por exemplo, e vê uma foto de férias “olha este foi de férias, nem disse nada”.”</p>
	3.8. Possível crescimento/decréscimo do Facebook	<p>“Eu acho que vai continuar a crescer mas tenho a certeza que vão surgir novas aplicações para concorrer com o Facebook, ok? Como o Instagram está cada vez mais na voga, entre outras que podem vir a surgir.”</p>	<p>“É provável que cresça até um certo ponto, até aparecer uma coisa nova e passar de moda. Se bem que o Hi5 ainda tem utilizadores ativos, acho eu. É raro mas ainda tem bastantes utilizadores ativos, portanto... e o Hi5 já foi há muitos anos atrás e ainda se mantém ativo.”</p>	<p>“Eu... acho que a nível de modas, é capaz de aparecer agora depois outra moda, depois do Facebook e acho que as pessoas aderem, continuam a aderir... mas o Facebook sim, acho que para mim vai continuar a permanecer, se as pessoas continuam a usá-lo e vão continuar.”</p>	<p>“Eu acho que vai continuar a ser o que é e, muita gente apesar de utilizarem também o Instagram e outras redes sociais, acho que o Facebook vai... pode abrandar, mas acho que nunca vai deixar assim de existir, pelo menos por enquanto. Só quando aparecer outra rede social melhor.”</p>

