

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DO TRABALHO E DA EMPRESA
Departamento de Sociologia

A RECONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NA INTERNET

Ana Filipa Gaspar

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:
Professor Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso
Professor Assistente, ISCTE

Outubro, 2008

A RECONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NA INTERNET

Ana Filipa Gaspar

Aos meus pais, ao João e à Fátima
pelo apoio nesta tarefa solitária

A partir da formulação da pergunta “Quais os efeitos da interacção social na Internet sobre a identidade individual?”, esta investigação verifica em que medida a utilização de serviços como blogues, *Instant Messaging Services* (IM), *Social Networking Sites* (ou redes sociais), *email*, *newsgroups* (ou fóruns de discussão), VoIP e *Second Life* alteram o modo como o cibernauta português se perspectiva em relação a si mesmo, como se relaciona com os outros (*online e offline*) e como interage num contexto profissional.

Palavras-chave: interacção, Internet, identidade, blogue, *email*, redes de sociabilidade

To answer the question “What are the effects of social interaction on the Internet over individual identity?” this research analyses how the use of blogs, Instant Messaging Services (IM), Social Networking Sites, email, newsgroups, VoIP and Second Life changes the way the Portuguese Internet user sees himself, the way he connects with others (online and offline) and the way he interacts in a professional environment.

Keywords: interaction, Internet, identity, blog, email, social networking

Índice

Introdução	7
1. Nova era comunicacional	9
1.1. Fenómeno da globalização	9
1.2. Problemática em torno da sociedade de informação	12
1.3. Da galáxia de Gutenberg à era electrónica: novo paradigma comunicacional	15
1.4. Dos <i>mass media</i> à <i>networked communication</i>	17
1.5. Internet, uma rede global	19
1.6. Comunidades virtuais	22
2. Questões da identidade	24
2.1. Crise da identidade na sociedade contemporânea	24
2.2. Relação entre a identidade e a Internet	26
3. Construção da identidade, a interacção social e o fenómeno da Internet	29
3.1. Construção da identidade a partir da ideia de representação teatral	30
3.2. Interagir através das janelas	32
3.3. Reconstruir a identidade mediante processos de interacção	33
3.4. Conclusão	35
4. Identidade e interacção na Internet	35
4.1. Comunicar na Internet	36
5. Observar a reconstrução <i>online</i> da identidade	37
5.1. Hipóteses	37
6. Diz-me como comunicas na Internet	38
6.1. Metodologia	38
6.2. Caracterização dos entrevistados	38
6.3. Utilização da Internet	39
6.4. Relação da Internet com outras actividades	40
6.5. Performances do eu na Internet	41
6.5.1. “Blogo, logo existo”	41
6.5.2. E quem fica à margem dos blogues?	43
6.5.3. Espaço pessoal numa rede social	44
6.6. Comunicar <i>online</i>	44
6.6.1. O domínio do Messenger	45

6.6.2. A crescente presença do Hi5	46
6.6.3. Fóruns como passatempo	49
6.6.4. A alternativa VoIP?	49
6.6.5. O ainda desconhecido <i>Second Life</i>	50
6.7. A Internet no trabalho	50
Conclusão	53
Bibliografia	57
Glossário	63
Anexos	69

“Um sistema de redes em rápida expansão, conhecido colectivamente por Internet, liga milhões de pessoas em novos espaços que estão a alterar o modo como pensamos, a natureza da nossa sexualidade, a organização das nossas comunidades e até mesmo a nossa identidade”.

Sherry Turkle, A Vida no Ecrã – a Identidade na Era da Internet

Introdução

Hoje, o computador e a ligação à Internet fazem parte do quotidiano de cada vez mais pessoas em todo o mundo. Trabalho, lazer, comunicação interpessoal, estudo, informação, compras ou acesso a contas bancárias estão agora à distância de um clique e, por isso, é possível aglomerar “janelas” na barra de tarefas que representam actividades distintas, realizadas em simultâneo. Assim, é simples e fácil conversar com os amigos *online* e em “tempo real”, enquanto se escreve mais um *post* num blogue, se envia uma candidatura de emprego por *email* ou se consulta as últimas operações bancárias através de um serviço de *homebanking*.

Contudo, se trabalhamos e comunicamos através da Internet, é pertinente perguntar como transpomos para esta nova tecnologia os vários papéis que representamos no dia-a-dia – o eu profissional que agenda uma reunião de trabalho com os colegas via *email*, a faceta amiga e descontraída que tenta animar uma pessoa próxima através de uma conversa no *Messenger*, etc. De que modo está a Internet a alterar a nossa vida?

Esta interrogação evoca, de certo modo, um processo de reconstrução da identidade. Amin Maalouf escreveu a propósito da noção de identidade que “cada pessoa, sem excepção alguma, é dotada de uma identidade compósita: bastaria colocar a si mesma algumas questões para revelar fracturas esquecidas, ramificações insuspeitas, e para se descobrir complexa, única, insubstituível” (2002:29). Face a essa realidade – de que todos possuímos uma “identidade compósita” –, uma outra pergunta torna-se pertinente: que contributo pode ter a Internet na reconstrução da identidade individual? Isto porque a identidade não é um elemento estanque e constrói-se para além das raízes nacionais, culturais, religiosas, através de contributos que hoje são cada vez mais diversos e difusos. Na Internet, podemos identificar-nos com ideias, hábitos, práticas que não precisam de fronteiras terrestres para serem delimitados como pertença de um grupo.

Ao longo deste trajecto, é importante considerar que a construção identitária na Internet pode assumir vários rumos. Por exemplo, pode ter um carácter experimental ou ficcional, como acontece por vezes na utilização da Internet por parte de adolescentes. Num estudo intitulado «Adolescents’ identity experiments on the Internet», Patti M. Valkenburg realizou

um questionário a 600 estudantes dos nove aos 18 anos e concluiu que 50% dos adolescentes que utilizam *Instant Messaging Services* (IM) ou *chats* na Internet participam em experiências identitárias.

Contudo, essa não é a dimensão mais comum da utilização da Internet. Como Manuel Castells salienta, “os usos da Internet estão (...) relacionados com o trabalho, a família e a vida quotidiana dos utilizadores” (2001:118). A interacção social na Internet envolve práticas de experimentação identitária sobretudo entre os adolescentes e são principalmente os novos internautas quem procura interagir com outras pessoas no anonimato do ciberespaço. Com a adaptação ao novo *media*, os utilizadores acabam por aproveitar as suas potencialidades para contactar amigos ou familiares, que por vezes estão a centenas de quilómetros de distância e com quem nem sempre têm possibilidade de comunicar.

De facto, uma das hipóteses desta investigação é precisamente verificar se a Internet se assume como um complemento das relações existentes, sobretudo através da utilização de serviços como os *Instant Messaging Services* (IM), redes sociais *online* e *email*. Além disso, importa perceber se a construção de um blogue tem algum impacto sobre a forma como o cibernauta se perspectiva em relação a si próprio, tal como sobre as suas relações sociais (*online* e *offline*). A nível profissional, a introdução do *email*, IM, blogues ou serviços VoIP também levanta algumas questões, nomeadamente no que diz respeito à alteração do ritmo de trabalho e de lazer (Nicholas Negroponte, 1996), à separação entre a identidade profissional e pessoal, ou ainda às relações com colegas e organizações.

A investigação apresentada de seguida observa e analisa diferentes modalidades de utilização da Internet, com base em testemunhos de cibernautas portugueses, para tentar perceber tendências na forma como os utilizadores adoptaram esta tecnologia e qual o respectivo impacto sobre a sua vida.

1. Nova era comunicacional

1.1. Fenómeno da globalização

O termo “globalização” tornou-se corrente no vocabulário dos meios académico, económico e mediático a partir da segunda metade dos anos 1980, adquirindo sentidos diversos (Robertson, 1990:19). Após vários esforços no sentido da sua conceptualização, é hoje possível adoptar uma definição mais ou menos consensual do seu significado. Nas palavras de Alexandre Melo, trata-se de “uma dinâmica que envolve todas as sociedades humanas à face do globo” (2002:22). E é um fenómeno recente¹, porque diz respeito a um processo relacionado sobretudo com o século XX e marcado pelo desenvolvimento da estruturação do mundo como um todo (Robertson, 1990:20; Melo, 2002:24).

A globalização é um processo complexo, que não é independente de outros processos que ocorrem na sociedade – na opinião de Anthony Giddens, é “uma das consequências fundamentais da modernidade” (1990:175). Roland Robertson propõe um modelo minimalista da globalização para explicar as principais tendências que determinaram a ordem actual do mundo (1990:26-7).

A primeira fase, denominada “fase germinal”, ocorreu na Europa entre o princípio do século XV e meados do século XVIII, sendo caracterizada por “um crescimento incipiente das comunidades nacionais”, pela crescente importância das concepções sobre o indivíduo e a humanidade, pela teoria heliocêntrica, pelo desenvolvimento da Geografia moderna e pela divulgação do calendário Gregoriano.

A segunda, a “fase incipiente”, também se verificou na Europa, neste caso desde meados do século XVIII até à década de 1870, e distinguiu-se pela formulação da ideia de um Estado unitário e homogéneo, pela cristalização das concepções de Relações Internacionais, do indivíduo como cidadão e de humanidade, pela preocupação crescente com a regulação e a comunicação internacional e transnacional, pelo início do problema da “admissão” de sociedades não-europeias na “sociedade internacional” e pela tematização das noções de nacionalismo e internacionalismo.

A “fase de descolagem” teve lugar entre as décadas de 1870 e 1920 e ficou marcada pelas crescentes concepções globais das linhas gerais da “sociedade nacional”, pela tematização das identidades nacionais e pessoais, pela inclusão de sociedades não-europeias na “sociedade internacional”, pela tentativa de implementar ideias sobre a humanidade, pelo grande desenvolvimento de formas globais de comunicação, pelo surgimento do movimento

¹ Apesar de se poder, até certo ponto, associá-lo à história da humanidade – ver Melo, 2002:24.

ecuménico, pela organização de competições globais, pela implementação da hora mundial e adopção quase global do calendário Gregoriano, pela I Guerra Mundial e pela Liga das Nações.

A quarta fase foi identificada com a luta pela hegemonia e deu-se entre o princípio dos anos 1920 e meados da década de 1960, sendo associada a disputas e guerras internacionais, a uma consciência crescente em torno da noção de humanidade (devido ao Holocausto e à bomba atómica) e à fundação das Nações Unidas.

Por fim, a “fase da incerteza” começou nos anos 1960 e manifesta as tendências de crise vividas no início da década de 1990, sendo descrita pela inclusão do Terceiro Mundo, pela ida do homem à Lua, pela acentuação dos valores “pós-materialistas”, pelo fim da Guerra Fria, pela disseminação do armamento nuclear, pelo crescente número de instituições e movimentos globais, pelos problemas de multiculturalidade e polietnicidade nas sociedades, pelos direitos civis, pela concepção da humanidade como a comunidade de uma espécie superior, pelo interesse na sociedade civil mundial e na cidadania mundial e pela consolidação do sistema global dos *media*.

Por outro lado, o fenómeno da globalização tem um carácter contraditório. Como explica Melo, “o adensamento das redes de interdependência à escala planetária produz fenómenos de integração, aproximação e conciliação e, ao mesmo tempo, produz também fenómenos de hegemonia, dominação e cisão” (2002:21). Segundo este autor, a globalização possui três dimensões: económica, política e cultural (2002:26-39).

Relativamente à dimensão económica, esta foi desencadeada pela “dinâmica de internacionalização da actividade económica” situada entre finais do século XIX e meados do século XX e resulta da “emergência de um sistema unificado de funcionamento da actividade económica à escala mundial”. Manuel Castells corrobora-o ao constatar a independência global das economias, verificada principalmente no século XX (2002:1).

Quanto à dimensão política, a própria caracterização das duas grandes guerras do século XX como “mundiais” permite compreendê-la e, ao mesmo tempo, pensar na eventual emergência de uma nova instância política: uma “comunidade democrática global”.

A dimensão cultural emerge da “extensão planetária dos meios de comunicação social de massas (...) com a correspondente transformação de tudo em informação imediata e universalmente disponível e com o aumento da quantidade de informações semelhantes a que são expostos, em simultâneo, grupos cada vez mais vastos de pessoas”. Melo defende que a globalização cultural não suprime as diferenças locais, mas sim “é um processo dúplice de simultânea revelação/anulação de diferenças, diferenciação/homogeneização e

democratização/hegemonização cultural”. Relativamente a esta questão, Mike Featherstone defende que dificilmente o fenómeno da globalização conduzirá a uma única cultura global, mas sim a uma pluralidade de culturas globais. “A intensidade e rapidez dos fluxos culturais globais têm contribuído para a noção de que o mundo é um lugar único, o que implica a proliferação de novas formas culturais” (1990:10).

Para Giddens, a globalização consiste na “intensificação das relações sociais em todo o mundo que ligam localidades distantes de tal forma que os acontecimentos locais são moldados pelos eventos que ocorrem a muitas milhas de distância e vice-versa” (1990:64). Isto de acordo com quatro dimensões: a economia capitalista mundial; o sistema do estado-nação; a ordem militar mundial e o desenvolvimento industrial (1990:70-8). Giddens traça alguns aspectos paralelos a Melo, nomeadamente a distinção das dimensões económica e política. Assim, para este autor, “os estados-nação são os principais ‘actores’ no seio da ordem política global”, enquanto “as empresas são os agentes dominantes dentro da economia mundial”. E, se por um lado “a acção concertada entre países (...) diminui a soberania individual das nações envolvidas”, por outro a influência global de uma organização como as Nações Unidas “não é alcançada somente pela diminuição da soberania dos estados-nação”.

Relativamente à ordem militar mundial, Giddens assinala que “a maioria dos países mantém reservas de armamento tecnologicamente avançado e modernizou-se militarmente” (até ao nível das armas nucleares) e que as guerras são uma prova da tendência globalizante do poder militar (tal como Melo indicou, com o exemplo das guerras mundiais). Por último, o desenvolvimento industrial teve como consequências a divisão global do trabalho e a difusão das tecnologias – “o impacto da industrialização não limita-se à esfera de produção, mas afecta muitos aspectos da vida quotidiana, tal como influencia o carácter genérico da interacção humana com o meio material”. O mundo industrializado é, por isso, um mundo global, onde as alterações ecológicas, o surgimento de epidemias e outras situações dizem respeito a todos os seres humanos.

De uma forma geral, estas perspectivas são um ponto de partida para compreensão do fenómeno da globalização, mas o trabalho de investigação em torno deste processo não está concluído. Na verdade, colocam-se vários desafios, mobilizando meios académicos de todo o mundo. É o caso da problemática da distanciação espaço-temporal, que Giddens apresenta ao questionar “as relações complexas entre ‘envolvimentos locais’ (circunstâncias de co-presença) e ‘interacção através da distância’ (as ligações entre presença e ausência)” (1990:64).

“Na era moderna, o nível de distanciação espaço-temporal é muito maior do que em qualquer período anterior e as relações entre formas sociais e acontecimentos locais e distantes tornam-se paralelamente ‘alargadas’. A globalização refere-se essencialmente a esse processo de alargamento, tanto quanto as formas de ligação entre contextos sociais e regiões diferentes é disponibilizada em rede através da superfície terrestre como um todo.”

Outro desafio fundamental relaciona-se com as desigualdades da chamada “aldeia global”. Uma das peculiaridades que Arjun Appadurai associa à globalização é o facto de ser “um processo económico desigual”, que cria “uma distribuição fragmentada e desigual dos recursos para aprendizagem, ensino e crítica cultural que são vitais para a formação de comunidades de investigação democrática” (2000:4).

1.2. Problemática em torno da sociedade de informação

Será que o final do século XX ficou marcado pelo “início de uma nova era para além da modernidade”, proporcionada pela “emergência de um novo tipo de sistema social”? Quem o questiona é Anthony Giddens (1990:1)² a propósito de, entre outras, a noção de “a sociedade de informação”. Para responder a esta pergunta, existem duas grandes posições: a primeira diz respeito aos autores que, como Manuel Castells, defendem o aparecimento de uma nova sociedade, associado a “uma revolução tecnológica, centrada nas tecnologias da informação” (2002:1) que lentamente penetra em todas as esferas da actividade humana.

“Um novo sistema de comunicação, que cada vez mais se expressa numa linguagem digital universal, tem integrado globalmente a produção e distribuição de palavras, sons e imagens da nossa cultura, personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. As redes interactivas de computadores crescem exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela. As mudanças sociais são tão grandiosas como os processos de transformação tecnológicos e económicos.” (2000b:2-3)

O que é, então, a sociedade de informação? Castells define-a como uma sociedade “estruturada nas suas funções e processos dominantes em torno de redes” (1996:408). Na sua opinião, o seu nascimento está relacionado com a conjugação de dois factores: a revolução tecnológica, que se constituiu como um paradigma na década de 1970, e o período de

² Será importante referir que Giddens enfatiza, no seu trabalho, uma continuidade e não uma ruptura com a modernidade, optando por repensar a noção de estado-nação e a violência na sociedade contemporânea, sem, contudo, negar o papel fundamental desempenhado pela informação na actualidade.

reestruturação global do capitalismo, que se deu nos anos 1980. Por isso, “a nova sociedade que surge deste processo de transformação é capitalista e também informacional” (2002:15). Além disso, os movimentos socioculturais que surgiram durante os anos 1960, principalmente feminista e ecologista, também tiveram um papel crucial no processo de interacção que tornou possível o novo tipo de sociedade.

Castells debruça-se, assim, sobre “a emergência (...) [da referida] nova estrutura social, manifestada sob diversas formas” (2002:17). De uma forma geral, as principais características e processos da sociedade de informação são o informacionalismo, cuja “fonte de produtividade encontra-se na tecnologia de produção de conhecimentos, de processamento de informação e de comunicação de símbolos”, distinguindo-se de outros modos de desenvolvimento pela “acção do conhecimento sobre o próprio conhecimento” (2002:20); a economia global, ou seja, uma economia cujas actividades estratégicas têm o potencial de ocorrerem em tempo real numa escala planetária (1996:400); a empresa em rede, uma nova forma de organização característica da actividade económica, cuja lógica é cada vez mais adoptada noutros domínios e organizações (1996:401); a transformação do trabalho e do emprego, marcada pela flexibilização e individualização (1996:401-2); a desigualdade, a polarização e a exclusão social (1996:403); a cultura da virtualidade real, devido à crescente estruturação do ambiente simbólico em torno das noções de interactividade e hipertextualidade (1996:403-4); os *media* como espaço privilegiado da política (1996:404-5); o tempo indefinido e o espaço de fluxos (1996:405-8).

Contudo, além do movimento a favor da sociedade de informação, existem também concepções cépticas sobre o nascimento de uma nova era e o próprio conceito de “sociedade de informação”. Um exemplo de uma abordagem desconfiada e precavida é dado por Dominique Wolton (1999). Na sua perspectiva, a ideologia técnica que está por detrás dos discursos inflacionistas sobre as tecnologias de informação e o aparecimento de uma nova sociedade utiliza uma aparente modéstia para obter um maior impacto social, afirmando-se capaz de melhorar as relações individuais e sociais (1999:257-8).

“A ideologia técnica (...) é terrível, porque combina as três dimensões de todas as ideologias: por meio dos fantasmas que projecta sobre a sociedade da informação, ela veicula um projecto político; pela sua dimensão naturalmente antropológica, constitui um sistema de convicção; pelas suas implicações económicas, é uma ideologia de acção.” (1999:259)

De acordo com Wolton, o sucesso do tema da “sociedade de informação” justifica-se por cinco razões (1999:264-74). Em primeiro lugar, a ruptura com os *media* de massas, porque com a Internet “o utilizador tem a sensação de se tornar activo” e pode usufruir de uma “comunicação imediata”. Outro motivo é o facto de tratar-se da aventura de uma geração, que tenta distinguir-se das anteriores ao apostar nas novas tecnologias (estas são associadas a aspectos atractivos como a cultura da rapidez e do instante, o fim das distâncias e o tempo indefinido). Por outro lado, é entendido como símbolo da modernidade, porque “as redes” favorecem a iniciativa individual e o conhecimento”. Em quarto lugar, pode ser visto como uma resposta a uma certa angústia antropológica, uma necessidade de “domesticar o medo” que as novas tecnologias provocam e de superar o constrangimento da comunicação face a face. E, por último, constitui a esperança do “curto-circuito” do desenvolvimento mundial, reduzindo “a distância entre os países ricos e os outros” e colocando o mundo em comunicação.

Também Frank Webster revela algumas reservas em relação a esta problemática, ao abordar a recente forma de conceber as sociedades contemporâneas, que se centra na informação como principal característica definidora (1995:1-5). Contudo, Webster verifica que existem diferentes interpretações sobre a centralidade da informação nos actuais sistemas e a forma como afecta e se relaciona com a sociedade, a economia e a política. Por isso, decidiu reunir as principais contribuições teóricas para a compreensão do papel da informação no mundo moderno, de forma a reflectir sobre elas e criticá-las. Assim, analisa em simultâneo as posições de autores que proclamam um novo tipo de sociedade emergente (Daniel Bell, Jean Baudrillard, Mark Poster, Manuel Castells) e os que, pelo contrário, defendem continuidades relativamente ao passado (Herbert Schiller, Anthony Giddens, Jürgen Habermas). Paralelamente, interroga o conceito de “sociedade de informação”, levantando dúvidas sobre a sua exactidão.

Para definir “sociedade de informação”, Webster encontra cinco hipóteses analíticas (1995:6-23). A primeira é de âmbito tecnológico, ou seja, enfatiza a “espectacular inovação tecnológica” e o autor contrapõe-lhe duas objecções, uma que questiona qual a forma de medir as tecnologias de informação e comprovar o estabelecimento da “sociedade de informação” e outra que se centra no facto do determinismo tecnológico apresentar a tecnologia como um fenómeno associal, quando, na verdade, esta integra a sociedade. A segunda definição está associada à “economia de informação” e consiste nas tentativas de analisar estatisticamente as indústrias de informação, o que leva Webster a interrogar-se sobre as interpretações e os juízos de valor escondidos por detrás das tabelas estatísticas e a concluir

que este tipo de dados acaba por homogeneizar actividades económicas distintas. Outra hipótese centra-se na predominância de profissionais na área da informação, o que levanta um problema metodológico (associar determinados trabalhadores a certas categorias profissionais) e causa também uma homogeneização de profissões com diferentes níveis de relevância. Em quarto lugar, é referida a definição que assenta nas redes de informação, as quais permitem, através das tecnologias de comunicação e dos novos *media*, estabelecer trocas a uma escala sem precedentes e em “tempo real”. Neste caso, Webster argumenta que o próprio conceito de rede é indefinido (“quando é que uma rede é uma rede?”) e falta uma noção clara do “tamanho, capacidade e utilização das redes”, porque não é possível quantificar o fluxo de informação necessário para se justificar a emergência de uma “sociedade de informação”. Por fim, a última é uma perspectiva cultural, que reflecte sobre o aumento da informação que circula socialmente, chegando ao ponto de invadir a intimidade dos indivíduos, ao mesmo tempo que investe a vida quotidiana de significado simbólico – uma alteração que alguns autores consideram justificar a emergência da “sociedade de informação”, mas que Webster alega ser insuficiente.

De uma forma geral, este autor acredita que, apesar do crescente interesse teórico pela problemática, há ainda uma débil investigação empírica, o que se constata, por exemplo, nas abordagens que tentam comprovar uma mudança social qualitativa com dados meramente quantitativos. O próprio conceito de “informação” é interpretado pela maioria dos autores inversamente ao seu significado semântico – “a informação tem sentido” (1995:27) e deve-se tentar analisá-lo qualitativamente. Por outro lado, Webster argumenta que as teorias a favor da “sociedade de informação” estabelecem a tecnologia como primeiro meio de mudança, ao mesmo tempo que pressupõem a sua separação dos valores e crenças sociais. A teoria crítica de Schiller e Jürgen Habermas, tal como a sociologia histórica de Giddens, convencem-no mais. Por isso, entende que devemos perspectivar “a informatização da vida, um processo que tem estado em curso (...) há vários séculos, mas que certamente acelerou com o desenvolvimento do capitalismo industrial e a consolidação do estado-nação no século XIX e que atingiu a velocidade máxima no final do século XX quando a globalização e a difusão de organizações transnacionais conduziram à incorporação de domínios até aqui desconhecidos (...) no mercado mundial” (1995:217).

1.3. Da galáxia de Gutenberg à era electrónica: novo paradigma comunicacional

Segundo Ignacio Ramonet, “o sistema de informação está actualmente submetido a uma revolução radical devido ao advento do numérico e do multimédia, que certos [autores]

comparam à invenção da tipografia, em 1440, por Gutenberg” (1999:9). De facto, a invenção dos caracteres móveis e a criação dos sistemas interactivos de comunicação constituem dois momentos fundamentais do processo evolutivo da comunicação. Na passagem do século XX para o século XXI, opera-se uma transição revolucionária entre a “galáxia de Gutenberg” e a era electrónica, numa perspectiva tecnológica, ao nível do tratamento e apresentação de conteúdos, e ainda ao nível da interacção com os *media*³.

Profeta da “aldeia global”, Marshall McLuhan desenvolveu, nos anos 1960, uma análise das características histórico-culturais inerentes à emergência da escrita e da tipografia. “Nós vivemos (...) numa época em que duas culturas opostas se influenciam reciprocamente e *La Galaxie Gutenberg* pretende realçar como o alfabeto fonético e a tipografia modificaram as formas da experiência tal como as atitudes mentais” (1967:5-6). Na sua perspectiva, a invenção do alfabeto representou “uma tradução ou uma redução de um espaço único”, onde se processava uma interacção complexa – “o alfabeto fonético reduziu a um simples código visual a utilização simultânea de todos os sentidos que constituem a expressão oral” (1967:57).

Fundamentando a sua análise nos trabalhos do mestre Harold Innis, McLuhan define o *medium* na sua componente tecnológica e nos seus prolongamentos, enquanto extensões dos sentidos e do humano. Francisco Rui Cádima salienta que McLuhan não se distingue neste ponto de Innis, “para quem o advento e o declínio das grandes civilizações, e as grandes mudanças culturais, deveriam ser entendidas, em primeiro lugar, em função do meio de comunicação e das tecnologias predominantes” (1996:124-5). Com efeito, McLuhan entende que o modelo das sociedades é estruturado pela natureza dos meios de comunicação e não pelo conteúdo comunicacional.

Segundo McLuhan, a era electrónica apresenta novas formas e novas estruturas de interdependência humana, operando uma espécie de regressão da ordem visual. Esta era recupera formas antigas de percepção e julgamento e, na opinião do autor, a sua coexistência com a galáxia de Gutenberg gera uma tensão. Pioneiro nos estudos comunicacionais empíricos, McLuhan formula uma previsão de um eclipse do eu, uma crise de identidade, ao ocorrer o choque entre a cultura visual e a cultura electrónica, originando assim uma desintegração dos grandes estados e um processo de retribalização – “a era da electricidade, a

³ Há autores que vão mais longe, como John Perry Barlow – “Com o desenvolvimento da Internet e com a crescente difusão da comunicação entre redes de computadores, estamos no seio do acontecimento tecnológico mais transformador desde a invenção do fogo.” (1995:1)

instantaneidade própria da coexistência das nossas novas ferramentas são a fonte de uma crise sem precedentes na história da humanidade” (1967:10).

Numa perspectiva distinta, Mark Poster (2000) analisa a alteração de paradigma comunicacional no século XX através da identificação de duas eras distintas no sistema dos *media*: a primeira diz respeito ao modelo de difusão das comunicações, ou seja, é baseada nos *media* unidireccionais (com poucos produtores e muitos consumidores); a segunda é caracterizada como uma alternativa ao modelo (restritivo) de difusão e é propiciada pelas auto-estradas de informação e novas tecnologias, *media* descentralizados e bidireccionais.

Para Poster, a segunda era dos *media* vai implicar reorganizações culturais massivas, porque, desde sempre, os *media* tiveram um importante papel na formação cultural dos indivíduos: desde o papel dos *media* impressos no mundo moderno “para encorajar e disseminar (...) formas urbanas de identidade” à profunda transformação da identidade cultural no século XX sustentada pelo telefone, rádio, cinema, televisão. “Talvez esteja a surgir uma sociedade pós-moderna que alimenta formas de identidade diferentes, ou até mesmo opostas, às da modernidade – e as tecnologias de comunicação electrónica aumentam significativamente estas possibilidades pós-modernas” (2000:36).

1.4. Dos *mass media* à *networked communication*

A imprensa tal como a conhecemos, a rádio e a televisão são produtos do século XX, o “século das massas”, na medida em que a estratégia de comunicação que desenvolvem serve os objectivos das ideologias e da organização social da época. Estes *media* caracterizam-se por gerarem mensagens para o maior número possível de pessoas, necessitam de ciclos curtos de actualização sincrónica e praticam a comunicação interactiva em modo de banda estreita (formas de *feedback* minimalistas). Como descreve Pierre Lévy, são dispositivos comunicacionais estruturados com base no princípio um-todos – “um centro emissor envia as suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos” (2000:67).

Por seu turno, o computador (ou PC, expressão introduzida pela IBM que se tornou sinónimo de computador pessoal) assume no século XXI o papel de *medium* e não mera ferramenta (Brenda Laurel, 1993), porque é nele que ocorre a grande revolução: a absorção dos dispositivos tecnológicos dos *media* preexistentes por um único suporte. Esta perspectiva defendida por Laurel é correcta se tivermos em conta uma mera visão tecnológica, visto que é possível a agregação da informação oriunda dos vários *media* (texto, imagem e som) em cadeias de bits. Contudo, após a convergência no denominador comum (o bit), o *medium*

deverá proceder a uma etapa de divergência dos *media*, ou seja, ao fornecimento de produtos segmentados, direccionados a determinadas comunidades específicas.

“Existiam até agora, em matéria de comunicação, três sistemas de signos: o texto da escrita, o som da fala e a imagem. Cada um destes elementos era indutor de todo um sistema tecnológico. Assim o texto fundou a edição, a impressão, o livro, o jornal (...); o som proporcionou a linguagem, o rádio (...), o telefone e o disco; a imagem (...) produziu a pintura, a gravura, a banda desenhada, o cinema, a televisão, o vídeo, etc.

A revolução numérica actual tem como principal efeito (...) convergir os diferentes sistemas de signos num sistema único: texto, som e imagem podem (...) exprimir-se em bits; é o que se chama o multimédia.” (Ramonet, 1999:106-7)

A plenitude de funcionamento do computador é obtida pela conectividade reticular, representando assim a transformação referida por Ramonet: o novo *media* multimédia. Deste modo, associado ao dispositivo computacional, surge o ciberespaço (termo introduzido pelo romance *Neuromancer*, de William Gibson) que, segundo Pierre Lévy, impulsionou o aparecimento de dois dispositivos informativos, originais relativamente aos *media* anteriores, nomeadamente o mundo virtual e a informação em fluxo, os quais “tendem em reproduzir em grande escala e graças a suportes técnicos aperfeiçoados uma relação não mediatizada com a informação” (2000:67).

Para Gustavo Cardoso, a Internet é o elemento central dos novos *media*, que incluem ainda o telemóvel, a televisão digital e as consolas de jogos. O que os distingue dos *media* anteriores é o facto de combinarem um modelo de comunicação interpessoal e um modelo de comunicação de massas. Na sua opinião, a característica básica do actual sistema dos *media* (que se consolidou entre 1990 e 2001) é, efectivamente, a interligação entre os *media* interpessoais e os *mass media* – a *networked communication* (2008).

“A hipótese inicial para caracterizar o sistema dos *media* na nossa sociedade actual é (...) não tanto a convergência tecnológica, mas a organização em rede do sistema. Essa organização ocorre em vários níveis, desde a dimensão tecnológica à organização económica e apropriação social.” (Cardoso, 2008:589)

Neste modelo de comunicação, a organização e o desenvolvimento do sistema dos *media* não depende exclusivamente dos grandes grupos de *media* nem do Estado, mas sobretudo da apropriação social das diferentes tecnologias existentes, que permite combinar dispositivos de

comunicação interpessoal, como o telemóvel e o respectivo serviço de mensagens escritas, com os *mass media*, como a televisão ou a rádio. Com efeito, as pessoas não lêem apenas jornais nem se limitam a navegar na Internet, mas antes tendem a combinar vários tipos de *media* no seu dia-a-dia, para alcançar objectivos diversos. “Nós atribuímos papéis sociais – de informação, entretenimento, acção e organização – a cada um dos *media* entre os quais concebemos redes de interdependência” (2008:589).

1.5. Internet, uma rede global

Adriano Duarte Rodrigues define a rede como sendo “um sistema constituído por linhas e por pontos que definem circuitos e nós de conexão” (1997:95). Segundo o autor, o modelo em rede tem como consequência o facto da estrutura e o modo de funcionamento dos objectos técnicos se assemelhar de tal modo ao funcionamento dos objectos naturais que se torna quase imperceptível a sua distinção. As redes podem assumir assim o lugar de extensões do ser humano, como Marshall McLuhan acentuara na sua definição do conceito de *medium*.

Ao avançarmos rumo à era da comunicação interactiva, reconhecemos a rede das redes na Internet – “uma rede global de computadores interligados” (David Gauntlett, 2000:4). As suas origens remontam a 1969, “ano em que (...) pela primeira vez se interligaram quatro computadores entre quatro centros de investigação, nos Estados Unidos da América” (Cardoso, 2003:12-3). Em plena Guerra Fria, a razão que levou à sua criação foi evitar que, em caso de uma guerra nuclear desencadeada pelas forças soviéticas, estas não acedessem ao sistema de comunicações americano. Como explica Manuel Castells, “o resultado foi uma arquitectura de rede que (...) não podia ser controlada a partir de nenhum centro, composta por milhares de redes de computadores autónomos com inúmeras formas de interligação, contornando as barreiras electrónicas” (2002:7-8).

Além da descentralização que estrutura a sua configuração física, o que distingue a Internet é a sua abertura ao nível da arquitectura técnica e da sua organização social e institucional. Castells salienta que foi graças a ela que “os utilizadores tornaram-se produtores da tecnologia” (2001:26-9). “Uma lufada de aplicações não planeadas resultou desta contribuição múltipla, desde o *email* aos *bulletin boards* e salas de conversação, o MODEM e (...) o hipertexto.”

“Está provado na história da tecnologia que os utilizadores são produtores essenciais da tecnologia, ao adaptá-la aos seus usos e valores, e no fundo transformando a tecnologia em si (...). Mas há qualquer coisa especial no caso da Internet. Novos usos da tecnologia, tal como as modificações reais

introduzidas na tecnologia, são comunicados de volta a todo o mundo, em tempo real. Assim, o período de tempo entre os processos de aprendizagem através da utilização e de produção através da utilização são extraordinariamente encurtados, permitindo concluir que nós dedicamo-nos ao processo de aprendizagem ao produzir, num (...) *feedback* entre a difusão da tecnologia e a sua melhoria. É por isso que a Internet cresceu e continua a crescer numa velocidade sem precedentes.”

De facto, a evolução da *Net* é marcada por um crescimento exponencial, duplicando anualmente o número de utilizadores. É aceite por cada vez mais pessoas e por diversas razões, nomeadamente os já referidos princípios de abertura e de descentralização. Pode até afirmar-se que há um movimento a favor da Internet.

Gustavo Cardoso refere que “mesmo aqueles que adoptaram posturas críticas face à Internet não a rejeitaram, adoptando antes posições (...) de uso cauteloso e moderado, tentando regular acessos a determinados conteúdos e a frequência de uso, a par de uma prudência na utilização e realçando a necessidade de estender o policiamento e a aplicação da lei também a esta tecnologia de informação e comunicação” (2003:11). Porquê? Numa perspectiva sintética, resulta do “interesse do público (...) na ideia de que esta tecnologia permitiria construir uma sociedade melhor”. Ou seja, a visão da Internet como “uma tecnologia que iria mudar a nossa forma de trabalhar, de nos relacionarmos, de nos divertirmos” (2003:12).

A rede das redes engloba um conjunto de serviços ligados a protocolos técnicos de comunicação, entre os quais a *World Wide Web* (WWW) é o mais conhecido. Desenvolvida por Tim Berners-Lee a partir de 1990, é possível encontrar nela textos, imagens, vídeos e sons oriundos de computadores de todo o mundo, produzidos por indivíduos, empresas ou outras organizações. No centro da criação Berners-Lee, estavam duas ideias: o uso de hiperligações e a colaboração entre os utilizadores (que, além de lerem, também corrigem e adicionam páginas *web*). David Gauntlett explica que “o sonho por detrás da *Web* é um espaço de informação comum no qual nós comunicamos ao partilhar informação” (2000:4-5).

Face à vasta oferta de conteúdos na “teia”, Dominique Wolton propõe quatro categorias de aplicações disponíveis *online* (2000:82-3): os serviços (relacionados com informações e transacções); aplicações de lazer (jogos interactivos em rede, vídeos, etc.); a informação-acontecimento (fornecida por agências noticiosas, jornais, meios socioculturais ou socioprofissionais); a informação-conhecimento (que se encontra nas bases de dados).

Assim, através da WWW e das suas diversas aplicações, a Internet pode tornar-se “parte das rotinas da vida quotidiana” (Sherry Turkle, 1997:12), porque permite a qualquer pessoa utilizá-la (é de domínio público) como ferramenta de trabalho ou como forma de distração e entretenimento.

“Quando lemos o nosso correio electrónico, enviamos mensagens para um painel de notícias electrónico ou reservamos bilhetes de avião através de uma rede de computadores, estamos no ciberespaço. No ciberespaço podemos conversar, trocar ideias e adoptar identidades fictícias que nós próprios criamos. Temos oportunidade de construir novos tipos de comunidades, comunidades virtuais nas quais participamos juntamente com pessoas de todos os cantos do mundo.”

Ao ser utilizada de forma generalizada, a WWW cumpre a segunda parte do sonho de Tim Berners-Lee que, segundo Gauntlett, mais não é do que tornar-se “um espelho realista (...) dos modos como nós trabalhamos, divertimo-nos e socializamo-nos” (2000:4-5).

Além do crescimento exponencial de utilizadores de Internet e do uso generalizado dos seus serviços, há ainda que ter em conta o crescimento do espaço na rede. Segundo Pierre Lévy, este fenómeno é orientado por três princípios. Em primeiro lugar, a ideia da interligação, porque, na cibercultura, a ligação é privilegiada e o isolamento preterido. Assim, “cada computador do mundo, cada aparelho, cada máquina, do automóvel à torradeira, deve ter um endereço na Internet” (2000:132) para que se crie uma civilização da telepresença.

Como prolongamento da interligação, o segundo princípio é o desenvolvimento de comunidades virtuais com base em processos de cooperação. Segundo o autor, essas comunidades são a expressão do “desejo de construir um lugar social, que não seja baseado nem em posses territoriais, nem em relações de poder, mas na reunião em torno de centros de interesses comuns, no jogo, na partilha do saber, na aprendizagem cooperativa” (2000:136).

Por fim, o terceiro princípio é a inteligência colectiva, que se baseia no facto de “um grupo humano seja ele qual for não tem interesse em se constituir como comunidade virtual senão para se aproximar do ideal colectivo inteligente, mais imaginativo, mais rápido, mais capaz de aprender e inventar do que um colectivo inteligentemente dirigido” (2000:136). Contudo, esta finalidade última da cibercultura proposta por Lévy constitui-se como um domínio problemático. Autores como Dominique Wolton argumentam que a Internet e os novos serviços de informação não visam a democratização mas “uma especialização das informações em função de diferentes contextos solventes” (2000:87). Esta situação provoca

um renascimento das desigualdades socioculturais, principalmente devido ao nível da procura de informação estar associado à posição social dos indivíduos. Como resultado, há uma segmentação e não o acesso a uma inteligência social colectiva.

1.6. Comunidades virtuais

Como explica Gustavo Cardoso, “a denominação de comunidade, aplicada à Internet, advém da constatação de que o acesso à Internet é, para muitos, um meio para encontrar outras pessoas” (2003:84). As comunidades que nascem na *Net* podem, de uma forma geral, ser distinguidas de acordo com dois tipos: as comunidades *online* (ou seja, comunidades que existem na “vida real” e são recriadas no ciberespaço) e as comunidades virtuais (que não têm qualquer correspondência prévia fora do ciberespaço).

Howard Rheingold define as comunidades virtuais como “agregações sociais que emergem da *Net* quando pessoas suficientes conduzem essas discussões públicas por tempo suficiente, com bastante sentimento humano para formar redes de relações pessoais no ciberespaço” (1994:277). Estas comunidades podem, inicialmente, criar uma sensação de desconforto para quem nunca experimentou participar nelas, mas a verdade é que continuam a desenvolver-se.

Para aceder a uma comunidade virtual, é necessário apenas uma ligação à Internet. Aí, basta procurar um *newsgroup*, integrar uma *mailing list*, entrar num canal de IRC e/ou registar-se num *Social Networking Site* (SNS) para comunicar com outras pessoas que partilham um mesmo interesse⁴ – por exemplo, num SNS como o Hi5 é possível participar em grupos relacionados com temas, passatempos, cidades, escolas e universidades, entre outros.

Ao longo dos anos, as comunidades virtuais reinventaram-se através de novos *softwares*, distantes das interfaces pouco evoluídas dos primeiros programas de IRC ou *MUDs*, e atraem pessoas a integrá-las. Porquê? Para Sherry Turkle, a razão principal talvez seja porque “autorizam-nos a jogar, a experimentar novas coisas” (1997:302).

Inicialmente, a interacção nas comunidades virtuais realizava-se somente através de palavras, mas rapidamente criou-se um vocabulário novo, surgiram *emoticons* (símbolos que expressam as emoções de quem comunica) e já há alguns anos é possível, com uma *webcam* e um microfone, ver quem está do lado de lá do computador e conversar quase como na “vida real”. Através dessa interacção, “as pessoas nas comunidades virtuais fazem tudo o que as pessoas fazem na vida real” (Rheingold, 1994:275): trocam elogios e ideias, zangam-se,

⁴ Como salienta Gustavo Cardoso, “um indivíduo pode pertencer simultaneamente a um número indeterminado de comunidades virtuais” (1998:2) e não exclusivamente a uma única comunidade virtual.

debatem assuntos de interesse comum, apaixonam-se, fazem amizades, namoram, brincam, aborrecem-se e divertem-se.

Como é que estas comunidades podem alterar as nossas experiências reais? Esta é uma das questões que têm sido levantadas e que se confrontam com nós próprios, enquanto indivíduos, e as comunidades reais que integramos. Turkle salienta que “a tecnologia muda a nossa natureza enquanto pessoas, muda as nossas relações e a percepção que temos de nós mesmos” (1997:346). E o inverso também acontece: o uso que fazemos da tecnologia também a altera.

Numa tentativa de resposta a esta questão, Rheingold apresenta três potenciais formas de as CMC (*computer-mediated communications* ou comunicações mediadas por computador) modificarem as nossas vidas (1994:282-4). Em primeiro lugar, as percepções, os pensamentos e as personalidades dos utilizadores das comunidades virtuais são afectadas pela utilização deste *media*, que, de certa forma, apela a necessidades intelectuais, físicas e emocionais. Segundo, as CMC permitem trocas de “muitos para muitos” e, se a utilização interpessoal for bem-sucedida, permitindo estabelecer amizades e relações estáveis, poderá influenciar a forma futura de como as comunidades vão ser utilizadas. Em último lugar, as CMC podem ter um significado político e tornarem-se capazes de desafiar o estado actual da democracia, motivando os intervenientes de comunidades virtuais a participar activamente em acções políticas.

Contudo, o papel das comunidades virtuais na vida real nem sempre é entendido de uma forma tão optimista quanto perspectiva Rheingold. Mark Poster salienta que existem várias interpretações que encontram “no êxito das ‘comunidades virtuais’ um indício do declínio das comunidades reais” (2000:46-7). Mas este receio não se justifica, porque, por exemplo, as formas de estabelecer laços em ambas as comunidades são distintas. Enquanto os membros da comunidade real devem possuir identidades estáveis, a experiência comunitária na Internet está interligada com “uma certa fluidez da identidade” (2000:48).

Para Barry Wellman, “a comunidade nunca se perdeu” (1999:1) e o surgimento de comunidades *online* não implica o desaparecimento das comunidades reais, mas o seu reforço. Este autor defende a tese de que as comunidades *online* se assemelham às comunidades reais e ajudam frequentemente a manter relações *offline*.

“A tendência da comunicação mediada por computador é enfatizar as relações baseadas em interesses comuns em vez das relações familiares ou de vizinhança – por isso, os laços *online* são também especializados e transitórios

(dado que os interesses podem mudar). As redes de computadores têm o poder de alargar o alcance das redes sociais, porque *online* o tempo e o espaço tornam-se menos importantes, torna-se mais fácil comunicar com vastos grupos de membros de comunidades e é simples ligar entre si amigos de amigos.” (1999:16-23)

Por outro lado, Manuel Castells destaca que, em geral, a maioria das comunidades virtuais é efémera e é raro existir interacção física, além da interacção *online*. Obviamente existem excepções, como o próprio Rheingold testemunha no seu artigo com o exemplo da comunidade WELL, mas a forma mais correcta de as caracterizar será como “redes de sociabilidade, com uma geometria variável e composição mutável, de acordo com os interesses em evolução dos actores sociais e com o próprio formato da rede em si mesma” (2001:130). Na opinião de Castells, as comunidades que nascem na Internet podem permitir trocas interpessoais baseadas em interesses comuns, mas dificilmente criam laços fortes entre os indivíduos. De qualquer forma, a Internet é, para este autor, “uma extensão da vida tal como ela é, em todas as suas dimensões e com todas as suas modalidades” (2001:118) e, nestas comunidades, pessoas reais estabelecem formas de interacção *online*.

Por isso, “as comunidades virtuais proporcionam um novo e dramático contexto para pensar acerca da identidade humana na era da Internet. São espaços para descobrir o significado experiencial duma cultura da simulação” (Sherry Turkle, 1997:400).

2. Questões da identidade

2.1. Crise da identidade na sociedade contemporânea

Vivemos hoje num mundo de incertezas de várias ordens: política, económica, social... A identidade individual debate-se com as questões ecológicas, os desafios da tecnologia e as crescentes desigualdades globais. Para vários autores, a crise identitária que daí emerge tem as suas origens na mutação histórica provocada pelo predomínio da civilização ocidental a partir do século XVIII (Bloom, 2001:147; Maalouf, 2002:81-4) e na concepção individualista do Ocidente.

“Para o resto do mundo, para todos aqueles que nasceram no seio de culturas desfeitas, a receptividade à mudança e à modernidade coloca-se em termos muito diferentes. Para os chineses, (...) os africanos, os japoneses, os indianos ou os ameríndios, assim como para os gregos e os russos, para os iranianos, os árabes, os judeus ou os turcos, a modernização implicou constantemente o abandono de uma parte de si mesmos. Mesmo quando ela suscitava por vezes o entusiasmo, nunca se desenrolava sem uma certa amargura, sem um

sentimento de humilhação e de renúncia. Sem uma interrogação dolorosa sobre os perigos da assimilação. Sem uma profunda crise de identidade.” (Maalouf, 2002:84)

O processo hegemónico que teve como pólos originadores a Europa e os Estados Unidos tornou possível a constituição daquilo que Wolton denomina como a “sociedade individualista de massas”, ou seja, um modo de socialização que caracteriza as sociedades democráticas desde o século XIX, e que é cada vez mais confrontado e afectado por tendências globalizantes. Na opinião de Gilles Lipovetsky, estas podem relacionar-se, por um lado, com a informação e a comunicação, que permitem a cada um de nós “tornar-se locutor e ser ouvido” (1989:15) e, por outro, com o consumo e “a sua extensão à esfera privada, à imagem” (1989:11).

Como explica Alexandre Melo, “hoje em dia, qualquer cidadão tem um imaginário e um horizonte cultural (...) cujas características e configurações dependem, em larga medida, e numa percentagem que cresce cada vez mais depressa, de informações, imagens, ideias e opiniões que circulam e se geram na circulação à escala global e não dependem das características eventualmente peculiares do território geográfico em que o indivíduo nasceu ou vive (...).” (2002:47)

Para Anthony Giddens, há uma relação directa entre estas tendências e a transformação da intimidade na vida quotidiana dos indivíduos, que pode ser analisada através da construção dos mecanismos de confiança, que por sua vez estão interligados com a construção do eu enquanto projecto reflexivo (1990:114). Segundo este autor, a vida social moderna caracteriza-se pela impersonalidade (em contraste com a comunhão das sociedades tradicionais), motivada pela transformação da própria subjectividade – o indivíduo deve encontrar a sua identidade entre as estratégias e opções facultadas pelos sistemas abstractos (1990:123-4).

Isto implica o abandono da noção tradicional de identidade, defendido por Melo, na medida em que antes significava “património, essência ou raiz” e agora deve ser substituída por uma experiência de “prática, processo, tradução, negociação” (2002:52).

Para Manuel Castells, a procura da identidade que se constata actualmente em todo o mundo assume, neste contexto de fluxos globais, o papel de “fonte básica de significado social” (2002:3-4). “A identidade está a tornar-se na principal e, por vezes, única fonte de significado num período da história caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos

sociais e pelas expressões culturais efémeras”. Assim, o princípio organizador da sociedade de informação é a própria identidade, entendida por Castells como “o processo pelo qual um actor social se reconhece a si próprio e constrói significado” (2002:26).

Face a esta perspectiva, Dominique Wolton argumenta que, apesar do discurso da sociedade de informação incidir sobre “um mundo dominado pelos valores da comunicação”, que faculta às crescentes reivindicações identitárias “uma panóplia de serviços e de técnicas susceptíveis de serem utilizados” como forma de expressão e racionalização, o que acontece é o inverso. “É porque há cada vez mais comunicação que a questão da identidade ganha força, pois cada um receia perder a sua identidade num fluxo generalizado de comunicação” (1999:289). Para Wolton, “a informação e a comunicação não podem, ao mesmo tempo, ser o valor dominante da sociedade individualista de massas, da democracia de massas e constituir o sistema de representação da sociedade mundial do futuro” (1999:290).

Contudo, esta hipótese pessimista é contrariada por estudos recentes. Gustavo Cardoso *et alri* (2005) defendem que a actual construção da sociedade em rede pode levar à “reconstrução das instituições sociais e, para além disso, da própria estrutura social, com base nos projectos autónomos dos sujeitos sociais” (2005:319). Com efeito, a “autonomia dos indivíduos e da sociedade civil face às instituições do estado e às grandes empresas” é uma das características deste modelo de sociedade e a Internet surge como “um dos instrumentos privilegiados de expressão” dos projectos individuais e colectivos, desenvolvidos a partir dos “interesses e valores dos seus protagonistas” (2005:293). A Internet torna-se, assim, “numa poderosa ferramenta de reconstrução social e não num pretexto para a desintegração” (2005:319-20), eventualmente provocada pela tendência individualista.

2.2. Relação entre a identidade e a Internet

Em meados dos anos 1990, Lee Sproull e Samer Faraj verificaram que havia uma perspectiva dominante em relação aos utilizadores de Internet – “processadores individuais de informação, que estão motivados para contribuir e beneficiar da explosão de informação encontrada na Internet” (1995:62). Isto implicava uma concepção da Internet enquanto tecnologia da informação, que permite o acesso à referida informação e a ferramentas de pesquisa.

Contudo, para Sproull e Faraj, “as pessoas na *net* não são apenas processadores de informação solitários mas também seres sociais” (1995:65). Ou seja, os utilizadores de Internet também procuram nela aspectos relacionados com a sua vida social, como pertença, apoio e afirmação. Assim, os autores propõem uma abordagem da Internet como uma

tecnologia social, que “permite às pessoas com interesses comuns encontrarem-se, falarem e ouvirem, e manter ligações ao longo do tempo” (1995:65-6).

Tendo em conta a proposta de Sproull e Faraj e a opinião de João Pissarra Esteves – de uma forma geral, “os *media*, enquanto dispositivos nucleares de socialização, de integração social e de reprodução cultural, desenvolvem um trabalho activo em torno das identidades” (1999) –, torna-se pertinente perguntar qual o papel da Internet, enquanto tecnologia social e novo *media*, na reconstrução da identidade dos seus utilizadores.

Sherry Turkle constata que hoje em dia o significado do computador na vida das pessoas é distinto do que se previa na época da sua invenção, sobretudo devido à Internet – “os computadores não se limitam a fazer coisas por nós, fazem-nos coisas a nós, incluindo às nossas formas de pensar acerca de nós próprios e das outras pessoas” (1997:37).

Assim, nos mundos mediados pelo computador onde analisa relações e comportamentos interpessoais, Turkle encontra um “eu múltiplo, fluido e constituído em interacção com uma rede de máquinas” (1997:21), o que lhe permite concluir que a concepção de identidade inerente à nova era digital evoca uma perspectiva pós-modernista – “os computadores encarnam a teoria pós-moderna e fazem-na entrar no nosso dia-a-dia” (1997:25).

Enquanto nos anos 1970 se teciam considerações em torno de uma estética computacional modernista, vendo no computador uma mera máquina de calcular, actualmente o computador é visto como um objecto que expande “a presença física dum indivíduo” (1997:29) e que possibilita a contemplação de “uma vida mental que existe na ausência dos corpos” (1997:31). Este movimento duma “cultura do cálculo” para uma “cultura da simulação”, onde a comunicação interpessoal na Internet se destaca⁵, teve consequências profundas nas relações entre as pessoas e nas formas que estas têm de se pensar a si mesmas.

No passado, alternar entre identidades diferentes era, por um lado, uma experiência controlada pela sociedade e, por outro, uma experiência marginal. Hoje, na Internet, no limiar entre o real e o virtual, é possível experienciar o carácter múltiplo da identidade, porque cada pessoa pode assumir personalidades distintas no anonimato do ciberespaço. Desta forma, “quando atravessamos o ecrã para penetrarmos em comunidades virtuais, reconstruímos a nossa identidade do outro lado do espelho” (Turkle, 1997:261) e a Internet representa o nosso “laboratório social”.

⁵ Como Gustavo Cardoso destaca, “o maior fluxo de comunicação na Internet cabe não às compras electrónicas nem tão-pouco à busca de informação, mas sim à comunicação interactiva entre sujeitos” (1998:22).

No quotidiano pós-moderno, Turkle defende que a saúde mental se define na fluidez, na capacidade de mudança e de adaptação e não na estabilidade que caracterizou a época moderna. Na cultura *online*, a projecção de identidades alternativas permite às pessoas trabalharem facetas de si próprias menos desenvolvidas, como uma terapia psicanalítica. A autora argumenta que subestimar as experiências pessoais no mundo das redes é um erro, porque “sem uma compreensão profunda das muitas vertentes da nossa pessoa que exprimimos no virtual, não poderemos usar as nossas experiências nesse domínio para enriquecer o real” (1997:402). Como resultado do processo complexo proposto pela autora, o eu que emerge da era digital é fragmentado, mas integrado.

Mark Poster também reflecte sobre a influência da Internet na constituição do sujeito. Este autor defende uma tese em torno do “modo de informação”, isto é, a comunicação electronicamente mediada entendida como “um fenómeno emergente que afecta aspectos (...) da vida quotidiana”, cujas práticas dão origem a “um sujeito instável, múltiplo e difuso” (2000:45).

“A minha tese (geral) é que o modo de informação decreta uma reconfiguração radical da linguagem, que constitui sujeitos fora do padrão do indivíduo racional e autónomo. Este sujeito familiar moderno é deslocado pelo ‘modo de informação’ em favor de um que seja múltiplo, disseminado e descentrado, interpelado continuamente como uma identidade instável.” (2000:71)

Tal como Sherry Turkle, Poster defende que a Internet modifica “o modo como pensamos acerca do sujeito e promove o indivíduo (...) como um processo contínuo de formação de identidade múltipla” (2000:72). Para o autor, este é um dos factores que torna possível pensar uma sociedade pós-moderna, em ruptura com o modelo da modernidade.

Poster verifica que, nas comunicações electrónicas, a linguagem desempenha uma função performativa e retórica, assumindo-se “como um veículo activo na construção e posicionamento do sujeito” (2000:73). Ao mesmo tempo, a distância espacial que separa o emissor e o receptor contrapõe-se ao imediatismo temporal que os aproxima – “estas distâncias opostas (...) reconfiguram a posição do sujeito de uma forma tão drástica que a figura do *self*, fixa no tempo e no espaço (...), não consegue ser mantida” (2000:74).

Com o exemplo da escrita electrónica, o autor demonstra o distanciamento da cultura electrónica da cultura impressa, tal como as suas implicações na reconstrução da identidade dos sujeitos (2000:83-5). Por um lado, a escrita electrónica reúne características da escrita à mão e impressa – desde o facto de permitir a ausência do autor do texto, armazenar e fixar a linguagem, promover a transmissão cultural à possibilidade do leitor elaborar a releitura

crítica do texto –, com a vantagem de ser um sistema de armazenamento mais eficiente, o formato digital da escrita ser copiado mais rapidamente e ocupar menos espaço. Por outro lado, a escrita em processadores de texto é mais volátil quando comparada com a rigidez da tinta no papel e possibilita criar textos com múltiplos autores; o hipertexto permite ao leitor organizar o texto de acordo com as suas opções pessoais; os serviços de mensagens convidam os indivíduos a comunicar com pessoas que não conhecem sem necessitarem de uma identificação real (basta escolher um *nickname*); e, as conferências *online* estimulam a eficiência das comunicações interpessoais.

Em síntese, a resposta à questão inicial parece ser que a Internet torna possível, nas palavras de Mark Poster, a compreensão do “*self* como múltiplo, mutável, fragmentado” (2000:91), características que os *media* anteriores ocultavam através do ideal do sujeito autónomo e racional, paradigma da sociedade moderna ocidental.

3. Construção da identidade, a interacção social e o fenómeno da Internet

Enquadrado no âmbito das ciências sociais, esta investigação baseia-se na definição adoptada por James Halloran para delimitar o campo das referidas ciências, ou seja, “um estudo disciplinado e sistemático da sociedade e das suas instituições, e de como e porquê as pessoas comportam-se de determinado modo, em simultâneo como indivíduos e em grupos dentro da sociedade” (1998:11-12).

E tal como Halloran explicita, é entendido que “a realidade social – a vida real – é multifacetada. (...) O seu estudo apropriado exige várias teorias e abordagens aplicadas em conjunto, e nenhuma abordagem isolada é capaz de facultar mais do que uma imagem parcial da realidade social transmitida pelas suas próprias perspectivas reduzidas e limitações conceptuais. Neste sentido devemos acolher o eclectismo” (1998:29).

Inicialmente, foram formuladas três questões que se torna necessário reequacionar:

- De que forma transpomos individualmente para a Internet os vários papéis que representamos no quotidiano?
- De que modo as possibilidades “interactivas” introduzidas pela Internet alteram a nossa vida?
- Que contributo pode a Internet ter na reconstrução da identidade individual?

Em geral, estas perguntas colocam em relação o conceito de identidade individual com um fenómeno, um novo *media*, a Internet. E, a partir dessa relação, é evocado ainda um outro conceito, o de interacção social, na medida em que, através da Internet, os indivíduos interagem com outras pessoas e organizações – a perspectiva assumida não se limita à

definição da Internet como tecnologia de informação, mas antes abrange a sua vertente social. Assim, podemos consentir que o problema que se configura através destas interrogações diz respeito aos efeitos da interacção social na Internet sobre a identidade individual.

“As interacções sociais que ocorrem no ciberespaço assumem contornos e características diferentes daquelas que estamos habituados a presenciar no nosso dia-a-dia no mundo ‘real’ e, portanto, podem realmente ser designadas, como refere David Lyon, por ‘novas relações sociais’. No entanto, não representam uma completa novidade, no sentido em que sofrem também influências da aprendizagem social ocorrida no mundo ‘real’ (...). Estamos assim perante uma nova noção de espaço, onde físico e virtual são mutuamente influenciáveis, proporcionando um campo fértil para a emergência de novas formas de socialização, de modos de vida e de organização social” (Cardoso 1998:116).

3.1. Construção da identidade a partir da ideia de representação teatral

Erving Goffman elaborou um estudo sobre “o modo como o indivíduo em situações de trabalho habituais se apresenta a si próprio e à sua actividade perante os outros, as maneiras como orienta e controla a impressão que os outros formam dele, as diferentes coisas que poderá fazer ou não fazer enquanto desempenha perante os outros o seu papel” (1993:9). A sua análise baseia-se numa perspectiva teatral, ou seja, o indivíduo é entendido como um actor (e um personagem) que representa determinado papel perante outros actores (e, simultaneamente, personagens), que são, ao mesmo tempo, o seu público.

Goffman verifica que, na interacção entre o indivíduo e os outros, é importante o acesso por parte dos outros a informações sobre o indivíduo. “As informações sobre o indivíduo ajudam a definir a situação, permitindo aos outros saberem de antemão o que espera o indivíduo deles e o que poderão eles esperar do indivíduo” (1993:11). Para obter essas informações, existem várias fontes: o comportamento e a aparência; a experiência passada; o que o indivíduo afirma sobre si mesmo e as provas que apresenta para justificá-lo; ou, suposições formuladas previamente à interacção.

Por outro lado, para causar impressão nos outros (sobretudo na primeira interacção), o indivíduo usa a sua expressividade, que, de acordo com Goffman, pode ser de dois tipos: “a expressão que ‘transmite’ e a expressão que ‘emite’”. No primeiro caso, refere-se à utilização de linguagem verbal, enquanto o segundo diz respeito à linguagem não verbal. Através de ambos, o indivíduo comunica falsas informações, mas é a dissimulação das expressões

emitidas, mais próximas das expressões teatrais, que interessa ao autor. A acção do indivíduo é, nesse caso, calculada ao ponto de parecer aos outros não ser intencional.

Apesar do contexto específico a que é aplicado este estudo e do facto da interacção analisada por Goffman se relacionar com uma situação de presença física e uma comunicação face a face, é possível extrapolar alguns aspectos desta perspectiva teórica para a abordagem da reconstrução da identidade na Internet.

Em primeiro lugar, o ciberespaço pode ser observado como um palco, associando, desde logo, a metáfora teatral ao espaço onde a interacção decorre. Brenda Laurel defende que o teatro deve ser uma pedra basilar na concepção do *design* da interface utilizada no computador por dois motivos: por um lado, a interface representa uma acção com múltiplos agentes; e, por outro, o teatro sugere um modelo familiar, compreensível e evocativo (1993:21). Note-se que a interface pode corresponder ao aspecto do sistema operativo que utilizamos, tal como ao *software* do nosso serviço de *email*, dos *chats* em que participamos, etc. Assim, é num mundo representacional, constituído por janelas, que os indivíduos vão interagir e, através dessa interacção, reconstruir as suas identidades.

Por outro lado, Goffman considera que o indivíduo representa um papel quando interage com os outros no seu ambiente de trabalho. Esta premissa pode ser aplicada a outras organizações sociais e a outros espaços de interacção social, como é o caso da Internet. *Online*, o indivíduo pode estabelecer contactos profissionais ou pessoais e, em ambas as situações, pode pretender causar diferentes impressões nos outros, usando para isso mecanismos e técnicas de representação.

A necessidade de informações para se dar início a uma verdadeira interacção também se verifica nas comunicações interpessoais na Internet. Por exemplo, quem no passado frequentou salas de *chat* do *IRC* reconhece facilmente a abreviatura “dd tc” (“de onde teclas”), uma das primeiras questões que se colocavam a um novo participante. É claro que o indivíduo pode transmitir falsas informações e, por não estar face a face com o seu interlocutor, pode ser mais fácil enganá-lo, porque o outro não dispõe dos mecanismos de controlo da comunicação presencial. Contudo, a coerência do seu comportamento virtual (que também pode ser “emitido” na acepção adoptada por Goffman) é um aspecto que vai ser observado pelos outros e, nesse caso, a fraude pode ser descoberta.

Apesar disso, tal como na “vida real”, existe dissimulação. Um exemplo pode ser a troca de uma fotografia com outra pessoa: desde a forma como um indivíduo propõe ao outro o envio à fotografia em si (o contexto, o enquadramento, a representação) pode existir uma

estratégia calculada para impressionar o outro, sem a informação emitida corresponder à verdade.

3.2. Interagir através das janelas

Para que as pessoas possam interagir com os computadores, é necessário uma interface. Este é, nas palavras de Brenda Laurel (1990), o “*locus* cognitivo da interacção humana-computador”, ou seja, o local onde o homem entra em contacto com o computador, apesar das diferenças que os afastam. Graças à interface, o computador enquanto máquina complexa torna-se numa máquina simples de utilizar pelo homem.

O sistema operativo do nosso computador é, portanto, uma interface e permite-nos, recorrendo a vários programas, realizar tarefas. Assim, quando navegamos na WWW ou comunicamos através de um *Instant Messaging Service* (IM), ligar o respectivo programa corresponde normalmente a abrir uma janela. Essa janela pode representar apenas mais uma aberta no *desktop* do computador, podemos voltar a fechá-la, maximizá-la, minimizá-la, ajustar o seu tamanho ou arrastá-la para qualquer parte do ecrã.

Para Sherry Turkle, as janelas são “uma poderosa metáfora para pensar no eu como um sistema múltiplo e fragmentado”. De facto, o indivíduo tem a possibilidade de, através das janelas, realizar várias tarefas, relacionadas com dimensões distintas da sua existência. “O eu já não se limita a desempenhar diferentes papéis em cenários e momentos diferentes (...). A prática vivida nas janelas é a de um eu descentrado que existe em muitos mundos e desempenha muitos papéis ao mesmo tempo” (1997:18).

Nicholas Negroponte explica que “as janelas existem porque os ecrãs dos computadores são pequenos”. Assim, com este dispositivo, “um espaço relativamente pequeno pode ser usado para manter activos uma série de processos diferentes ao mesmo tempo” (1996:121). As janelas foram pensadas e criadas justamente para permitir realizar diversas acções em simultâneo. Negroponte acrescenta ainda que nos habituamos às janelas de forma natural, comparando-o à prática de andar de bicicleta. Os utilizadores de computadores “nem se quer se lembram de como aprenderam a fazê-lo; fazem-no simplesmente”.

Na opinião de Turkle, o facto de cada uma das janelas ter um contexto específico e cada actividade que o indivíduo desenvolve ter lugar numa janela permite concluir que “a identidade dum pessoa no computador é a soma da sua presença distribuída” (1997:17). Assim, se questionarmos quem somos quando estamos *online*, podemos responder que somos o jornalista que envia um *email* a solicitar uma entrevista para uma reportagem que está a desenvolver; o fã de cinema que escreve diariamente no seu blogue sobre novos filmes ou

festivais a decorrer; o amigo de uma pessoa que vive em Macau com quem troca mensagens num IM, entre várias outras hipóteses.

Contudo, “cada vez mais, as pessoas organizam o seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que são ou acreditam ser” (Castells, 2002:3-4). Como consequência, o *email* que enviamos, o blogue que actualizamos ou as mensagens que enviamos pelo IM não constituem a nossa identidade, mas sim o facto de nos identificarmos como jornalista, fã de cinema e amigo. Na Internet, a interacção com pessoas e organizações é feita através da tecnologia disponível e as suas respectivas ferramentas (neste caso, *email*, blogue e IM), mas são as ideias que projectamos de nós, daquilo que consideramos ser, que operam uma reconstrução da nossa identidade.

3.3. Reconstruir a identidade mediante processos de interacção

Antes de mais, importa justificar o porquê de se optar pelo termo “reconstrução” e não “construção” da identidade. Como foi explicado no segundo capítulo, a noção de identidade é hoje interpretada de uma forma diferente. O fenómeno da globalização, nomeadamente a sua dimensão cultural, impede-nos de olhar para a identidade como algo fixo e rígido. A identidade resulta de uma construção e caracteriza-se não apenas pelos hábitos do país onde nascemos nem pelas tradições religiosas que cultivamos. Dado que a Internet entrou nas nossas vidas somente a partir da década de 1990, a perspectiva aceite é que, neste novo *media*, os indivíduos podem reconstruir a identidade que, entretanto, construíram nas suas práticas e rotinas quotidianas (apesar de eventualmente uma geração nova estar neste momento a construir a sua identidade na Internet e, por isso, podermos imaginar o prefixo “re” entre parêntesis).

De acordo com Manuel Castells, “a Internet foi apropriada pela prática social, em toda a sua diversidade” (2001:118). O autor conclui que, apesar de se argumentar que a Internet, por um lado, daria origem a um novo tipo de comunidade e, por outro, causaria alienação relativamente ao mundo real, o novo *media* não afectou de forma drástica o quotidiano dos indivíduos, mas acrescentou a interacção *online* às relações sociais existentes, o que é, afinal, um efeito positivo.

Por sua vez, James Slevin analisa três tipos de interacção social que a Internet possibilita e cujas características altera, quando comparada às mediações anteriores (2000:79-80). É o caso da interacção face a face, que, apesar de não ser possível num sentido tradicional, é complementada com a interacção através da tecnologia – o exemplo apresentado por Slevin diz respeito aos membros de uma equipa de um projecto responsáveis pela criação de um sítio

na *Web* que podem trocar *emails* entre si e, ao mesmo tempo, combinar encontros face a face para discutir o desenvolvimento do projecto.

O segundo tipo de interacção evocado é a interacção mediada. Tradicionalmente, esta ocorria através de cartas e telefonemas, envolvia o contacto específico de um indivíduo relativamente a outro e tomava uma forma de diálogo (caracterizado pela interacção pergunta-resposta). Na Internet, as possibilidades deste tipo de interacção aumentam exponencialmente, porque, por um lado, existem ferramentas que permitem trocas comunicativas individuais entre pessoas que se conhecem (como o *email*, os serviços que realizam chamadas telefónicas, os *chats*) e, por outro, estão também disponíveis ferramentas que permitem comunicar com várias pessoas em simultâneo (nomeadamente os canais de *IRC*, os fóruns de discussão ou os mundos virtuais como o *Second Life*).

O terceiro tipo relaciona-se com “quase-interacção mediada”, que se diferencia do tipo enunciado anteriormente por se dirigir a um número indefinido de destinatários e se baseia fundamentalmente num monólogo. Habitualmente, este tipo de interacção estava associada aos livros, jornais, rádio e televisão. No ciberespaço, sofre drásticas alterações, porque apesar de podermos encontrá-lo nas *homepages* ou nos blogues, estes recursos estão no limiar entre este tipo de interacção e a interacção mediada. Efectivamente, a própria construção de uma *homepage* ou de um blogue é feita tendo em conta o contacto que vai estabelecer entre um indivíduo e outros cibernautas e cada vez mais é possível interagir com os indivíduos que produzem os seus espaços na Internet (por exemplo, nos blogues, a ferramenta “comentários”).

Para compreender as novas formas de interacção social existentes na Internet, Castells sugere a substituição da ideia de “comunidade” pela ideia de “rede”. “As comunidades (...) baseavam-se na partilha de valores e da organização social. As redes são construídas pelas escolhas e estratégias dos actores sociais, sejam eles indivíduos, famílias ou grupos sociais” (2001:127). Na opinião deste autor, o padrão de sociabilidade que surge nas sociedades contemporâneas é, desta forma, caracterizado pelo “individualismo em rede”, combinando o crescente individualismo que se distingue na evolução das relações sociais com o novo tipo de relacionamento em rede. Neste padrão social, “os indivíduos criam as suas redes, *online* e *offline*, com base nos seus interesses, valores, afinidades e projectos” (2002:131).

A interacção social *online*, graças à flexibilidade e poder comunicativo da Internet, desempenha, assim, um importante papel na organização social. “As redes *online*, quando estabilizam a sua prática, podem construir comunidades, comunidades virtuais, distintas das comunidades físicas, mas não necessariamente menos intensas ou eficientes na união e

mobilização” (2001:131). Para Castells, o suporte material do individualismo em rede é o desenvolvimento deste híbrido comunicacional, que alia o espaço físico ao ciberespaço. Com a ajuda das novas tecnologias, o novo padrão de interação social contribui decisivamente para o advento da sociedade de informação.

3.4. Conclusão

Nesta etapa, é possível a partir da reformulação das perguntas iniciais iniciar a definição do quadro conceptual da investigação. As três noções fundamentais do problema interpelado nestas páginas são os conceitos de identidade individual e de interação social e o fenómeno da Internet, a seguir definidos.

Identidade individual – é entendida como o conjunto de características (físicas e psicológicas) que permitem distinguir e reconhecer uma pessoa em particular.

Interação social – consiste no intercâmbio comunicacional ou relação de comunicação que se estabelece entre indivíduos ou grupos.

Internet – reconhecida como “a rede das redes”, é um novo *media* que engloba um conjunto de serviços que permitem aos seus utilizadores interagirem entre si.

A partir do exame das dimensões que estas noções englobam, pretende-se formular as hipóteses que permitirão responder, após a observação e análise das informações recolhidas, à pergunta “Quais os efeitos da interação social na Internet sobre a identidade individual?”

4. Identidade e interação na Internet

Tendo definido as noções sobre as quais se debruça esta investigação, interessa agora pensar as dimensões que constituem os conceitos de identidade individual e de interação social.

Relativamente à **identidade individual**, as dimensões que se revelam pertinentes para responder à pergunta que serve de fio condutor da investigação são as seguintes:

- **Dimensão pessoal** – reúne as características que definem quem é o indivíduo na formulação que ele faz de si próprio.
- **Dimensão interpessoal** – engloba os elementos que caracterizam o indivíduo na relação social que estabelece com os outros, ou seja, através das impressões que “transmite” e “emite” (na perspectiva de Goffman).
- **Dimensão profissional** – diz respeito às características que distinguem o indivíduo na relação profissional que mantém com outros indivíduos, representando determinado papel (mais uma vez, à semelhança da abordagem de Goffman).

Para analisar estas dimensões, os indicadores disponíveis são as rotinas e as práticas desenvolvidas em determinados contextos, associados a cada uma das dimensões – isto é, contextos de expressão pessoal (por exemplo, um blogue onde um indivíduo fala sobre um dos seus *hobbies*), de comunicação interpessoal (como o uso diário de um *Instant Messaging Service*) e de práticas profissionais (um exemplo habitual é o uso de *email* profissional no emprego ou fora dele). Tal como exemplificado, os contextos dizem respeito à utilização da Internet, desde a troca de mensagens numa rede social à construção de um blogue, entre outros.

Contudo, como observar verdadeiramente a dimensão pessoal? Um blogue pode, à partida, incluir informações que estão relacionadas com esta dimensão, mas o indivíduo está consciente de que, ao construir a sua página ou diário pessoal, vai ter um eventual público, constituído por pessoas conhecidas e desconhecidas, que necessariamente vai querer impressionar de determinada forma. Como esta dificuldade será difícil de superar, considera-se à partida que os contextos de expressão pessoal contêm traços da dimensão pessoal e serão as fontes mais eficazes para analisá-la, no âmbito desta investigação.

No caso do conceito interacção social, serão retomadas as três dimensões indicadas por James Slevin (ver subcapítulo 3.3).

- **Interacção face a face**
- **Interacção mediada**
- **Interacção “quase mediada”**

Apesar da interacção face a face não ocorrer, num sentido físico, na Internet, é importante verificar a forma como a interacção mediada ou “quase mediada” estabelece condições para a interacção face a face ter lugar, pelo que será considerado um indicador desta dimensão a utilização de determinado serviço da Internet tendo em vista esse objectivo. Relativamente à interacção mediada, será analisada tendo como indicador a utilização dos seguintes serviços: *Instant Messaging Services* (IM), contas de *email*, *sites* de partilha e discussão, *Social Networking Sites* (ou redes sociais), serviços VoIP e *Second Life*. Por último, a interacção “quase mediada” vai ter como indicador a actualização e manutenção de blogues.

4.1. Comunicar na Internet

“O que é, então, comunicar na Internet?”, pergunta Gustavo Cardoso. “É fazer aquilo que aprendemos em sociedade, integrar diversas redes de relações pessoais, profissionais, de amizade (...). É criar novos limites que têm menos a ver com a distância física e mais com a partilha de interesses comuns. É, acima de tudo, comunicar, isto é, trocar ideias, num espaço

mais vasto do que aquele a que tínhamos acesso antes do aparecimento da Internet” (2003:95).

Na rede das redes, estar *online* e comunicar com os outros pode ocorrer de várias formas. A comunicação mediada por computador (CMC) consiste, nas palavras de Cardoso, no “processo de envio de mensagens, em texto ou integrando imagem e som, através da utilização directa por parte dos utilizadores de computadores e das redes de comunicação” (1998:4). E, como foi referido anteriormente, existem diversos serviços na Internet que permitem a CMC com os nossos amigos, familiares ou meros desconhecidos.

Este tipo de comunicação tem características específicas, como Gustavo Cardoso salienta (2003:79-89). Por um lado, comunicar *online* é, na maior parte dos casos, sinónimo de escrever da mesma forma que se fala, ou seja, uma escrita oralizada que recorre frequentemente a abreviaturas. No entanto, é de notar que cada vez mais se utilizam outros recursos multimédia, nomeadamente o vídeo, quer para fazer videochamadas nos IM, quer para construir *vlogs* com excertos de imagens em movimento das nossas vidas.

Outra característica desta interacção é que pode ocorrer em tempo real (isto é, de forma síncrona) ou em diferido (ou seja, de modo assíncrono). Antes da Internet, esta diferença verificava-se entre uma chamada telefónica e uma carta. Hoje, os seus correspondentes no ciberespaço podem ser a utilização de um IM e o envio de um *email*, porque este último pode não ser recebido e lido pelo destinatário de imediato, enquanto no IM a conversa processa-se quase ao mesmo tempo que se escrevem as palavras no ecrã.

5. Observar a reconstrução *online* da identidade

5.1. Hipóteses

Pensar nas hipóteses que vão conduzir a observação e análise empírica é, de certo modo, equacionar as respostas possíveis para a pergunta “Quais os efeitos da interacção social na Internet sobre a identidade individual?” Nas perspectivas teóricas, foram facultadas algumas possibilidades.

Manuel Castells (2001) constata que a interacção *online* na Internet se tornou num complemento das relações sociais existentes, hipótese que esta investigação poderá tentar confirmar ao analisar como as interacções mediadas e “quase mediadas” proporcionam e estimulam a interacção face a face.

Por sua vez, Nicholas Negroponte (1996) verifica que a utilização do *email* num contexto profissional altera o ritmo do trabalho e do lazer, porque está acessível não apenas no emprego, mas em casa ou durante as viagens (basta ter acesso à Internet). Também interessa

neste projecto estudar esta hipótese, visto que incide sobre a alteração de uma dimensão da identidade dos indivíduos.

Consequentemente, importa perceber:

- Se a construção de um blogue (ferramenta que permite uma interacção social “quase mediada”) altera a forma como o indivíduo se perspectiva em relação a si mesmo e o modo como se relaciona socialmente *online* e *offline*.
- Se a utilização habitual de *Instant Messaging Services* (IM), *Social Networking Sites* (ou redes sociais) e de *email* pessoal modifica as relações sociais dos indivíduos e a maneira como se representam perante os outros.
- Se a utilização de ferramentas “interactivas” como o *email*, o blogue, os *newsgroups*, o IM ou os serviços VoIP no âmbito profissional altera as práticas de trabalho e a relação com os colegas e as organizações.

6. Diz-me como comunicas na Internet

6.1. Metodologia

As entrevistas⁶ foram realizadas entre 17 de Março e 14 de Maio de 2008 via *email* e através de uma aplicação *online* disponibilizada pelo site PollDaddy⁷. Os cibernautas portugueses convidados a participar foram escolhidos aleatoriamente, através de uma pesquisa através da blogosfera (recurso ao agregador de blogues em língua portuguesa Blog.com.pt⁸), na sua maioria associada aos serviços do Blogger⁹ e do Sapo Blogs¹⁰. Ao todo, foram contactados por correio electrónico ou via comentário em blogues/perfis 42 utilizadores. Além disso, os *links* para a aplicação *online* foram divulgados em 3 blogues portugueses, com autores distintos, e 1 perfil da rede social Hi5.

6.2. Caracterização dos entrevistados

Foram consideradas completas 13 entrevistas, abrangendo utilizadores dos 25 aos 61 anos. Trata-se, assim, de respostas de 7 internautas do sexo masculino e 6 do sexo feminino. A maioria tem formação superior (7) e os restantes frequentaram o ensino secundário (6). Por regiões, a maior parte reside em Lisboa (6), seguindo-se o Centro e o Norte com 3 utilizadores cada e, por último, o Algarve com 1 utilizador. Quanto à ferramenta utilizada para responder,

⁶ Tendo em conta os resultados pretendidos, este projecto aplicou uma metodologia de natureza qualitativa. Como José Gonçalves das Neves explica, trata-se de um método que recusa “a quantificação do objecto de estudo em nome da captação do genuíno significado inerente ao objecto de estudo” (2005:2). Por isso, a técnica escolhida para recolha da informação foi a entrevista semi-estruturada, com recurso a um guião comum – *vide* anexos. O tratamento da informação foi realizado através da análise de conteúdo.

⁷ Acedido através do endereço www.polldaddy.com (Maio 2008).

⁸ Disponível em <http://blog.com.pt/> (Maio 2008).

⁹ Página inicial em www.blogger.com (Maio 2008).

¹⁰ Página inicial em <http://blogs.sapo.pt/> (Maio 2008).

7 entrevistados optaram pela aplicação do PollDaddy e 6 remeteram a sua participação via *email*.

6.3. Utilização da Internet

A maioria dos entrevistados acede diariamente à Internet e apenas 1 respondeu navegar *online* “apenas” 3 a 4 vezes por semana. O tempo dessa utilização varia entre um mínimo de 2 horas e um máximo de 10 horas. Em média, cada utilizador passa cerca de 4 horas a realizar as suas tarefas habituais na Net.

O trabalho é referido como principal lugar de acesso por 4 dos inquiridos, mas 3 afirmam ainda navegar a partir de casa. Este é, de resto, o local preferido para aceder à Internet, sendo indicado em primeiro lugar por 9 dos cibernautas (5 dos quais também possui essa ferramenta no trabalho).

No que diz respeito a serviços utilizados, o *email* é o mais popular (mencionado por 10 entrevistados), seguido dos blogues (7) e do *Instant Messaging Service* ou IM (6). Entre as restantes referências, destaca-se ainda a consulta de *sites* de informação (4 cibernautas), motores de busca (3), *sites* bancários (2) e enciclopédias (2).

Quadro 1: Características da utilização de Internet realizada pelos entrevistados

	Frequência	Duração	Acesso	Tipo de serviços
Entrevista 1	Diária	+ 5 horas	1. Trabalho 2. Casa	<i>Email</i> , enciclopédias, <i>sites</i> de informação
Entrevista 3	Diária	8 horas	1. Trabalho 2. Casa	Motores de busca, blogues, <i>sites</i> de informação, portais de vídeos, IM, agregadores de <i>feeds</i>
Entrevista 4	Diária	3 horas	Casa	IM, blogues, <i>email</i>
Entrevista 6	Diária	3 horas	1. Casa 2. Trabalho	<i>Sites</i> bancários
Entrevista 7	Diária	5-6 horas	Trabalho	<i>Email</i> , IM
Entrevista 8	Diária	3 horas	Casa	Blogue, <i>email</i>
Entrevista 12	3 a 4 vezes por semana	2 horas	1. Casa 2. Trabalho	<i>Sites</i> bancários, <i>email</i> , motores de busca
Entrevista 13	Diária	6-10 horas	1. Trabalho 2. Casa	<i>Email</i> , <i>site</i> e <i>constroi</i> , <i>sites</i> de informação, serviços de lazer
Entrevista 16	Diária	3-4 horas	1. Casa 2. Trabalho	<i>Email</i> , IM
Entrevista 17	Diária	3-4 horas	Casa	<i>Email</i> , blogue
Entrevista 18	Diária	4-5 horas	1. Casa 2. Trabalho	Blogues, <i>sites</i> de informação, <i>sites</i> oficiais

Entrevista 20	Diária	2 horas	1. Casa 2. Trabalho	<i>Email</i> , IM, blogues, enciclopédias, actividades multimédia na área da educação
Entrevista 21	Diária	3-4 horas	Casa	<i>Email</i> , blogue, redes sociais, IM, motores de busca

6.4. Relação da Internet com outras actividades

Quando questionados sobre se a utilização da Internet levou à substituição de outras actividades, 7 utilizadores responderam afirmativamente, enquanto 5 negaram e 1 explicou que, no passado, já o fez, mas actualmente tenta complementar diferentes tarefas, sem as substituir. **Ver televisão** foi a actividade substituída mais vezes referida (5 internautas), seguida da **leitura** (3 internautas) e do **uso de telecomunicações**, como telefone, fax, telemóvel (2 internautas).

Verifica-se que os cibernautas que afirmam ter substituído actividades **nem sempre têm uma utilização superior da Internet** face aos que recusam qualquer substituição. Dois dos entrevistados que se enquadram nessa situação navegam diariamente na Internet durante mais de 5 horas (ou seja, um valor acima da média global). No entanto, em ambos os casos, o acesso principal à Internet é feito a partir do trabalho, período durante o qual não praticam actividades de lazer como ver televisão ou ler. Talvez por isso um deles admita, como excepção, o facto de ter deixado de consultar os dicionários – na sua opinião, alguns dos serviços que a Internet disponibiliza (como enciclopédias ou *sites* de informação especializada) são “mais práticos e rápidos que outras vias de informação”.

Quando se compara a utilização de ferramentas como o IM ou o *email* face a meios de comunicação tradicionais como o telefone ou a carta, constata-se que uma **grande parte dos utilizadores prefere as novas tecnologias** (ver quadro). As razões mais referidas são a comunicação fácil, rápida e barata. Contudo, há ainda quem manifeste alguma resistência e, no caso do *email*, prefira enviar uma mensagem electrónica em vez de uma mensagem em papel, mas o mesmo não acontece com o telefone. Aliás, um dos entrevistados refere que geralmente associa o *email* ao telefone. Isto porque o correio electrónico também tem desvantagens – duas das referidas pelos utilizadores são o destinatário não ver a mensagem em tempo útil e o remetente nem sempre ter prova da sua recepção.

Quadro 2: Utilização de serviços da Internet vs. outras formas de comunicação

	Através do IM comunica com mais frequência com algumas pessoas do que por telefone ou <i>email</i> ?	Prefere utilizar o <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Sim	7	7

Não	5	6
N.A. ¹¹	1	-

6.5. Performances do eu na Internet

Desde o início da sua história que uma das possibilidades criadas *World Wide Web* foi permitir aos indivíduos apresentarem-se a si próprios no novo *media* da Internet. Ao contrário dos jornais, rádio ou televisão, qualquer pessoa passou a ter hipótese de, sem qualquer custo, alojar uma página pessoal *online*, onde pode divulgar o seu *curriculum vitae* ou partilhar conhecimentos sobre um *hobby*.

Hoje, as páginas pessoais caíram em desuso e, entre os entrevistados, só 2 afirmaram ter criado, no passado, um *site* desse tipo (um deles ainda o mantém). Mas a vontade de ter um espaço próprio na Internet continua a manifestar-se através de outros serviços – é o caso dos **blogues** e dos **perfis em redes sociais**.

6.5.1. “Blogo, logo existo”¹²

Quando questionados sobre os seus blogues, vários entrevistados revelam uma apropriação identitária desse espaço *online*, que quase parafraseia a expressão proposta por Adam Reed (2005), “my blog is me”. Existem, contudo, diferentes tipos de *bloggers* e, a partir das respostas obtidas sobre a utilização desta ferramenta, é possível estabelecer algumas das características que os distinguem.

Em primeiro lugar, o **blogger intensivo** é aquele que tem um ou vários blogues, actualiza-o(s) diariamente, interage com os seus visitantes via comentários e controla-os, navega todos os dias pela blogosfera e também interage com outros blogues. Apenas 1 dos entrevistados se inscreve nesta categoria e apresenta, como motivo de utilização desta ferramenta, a necessidade de mostrar um pouco de si aos outros e a si próprio no futuro.

Além da consciência de que escreve para um público¹³ e também para si, este utilizador reconhece que revela apenas “um pouco”, e não completamente, a sua identidade nos blogues, tal como danah boyd (2006) já tinha concluído – “Os *bloggers* (...) afirmam que o blogue não os revela por completo, mas apenas o papel que escolhem desempenhar naquele contexto”.

Os assuntos que aborda são diversos, desde notícias do dia, cultura, novas tecnologias ou ecologia. Além disso, os conteúdos também variam – entrevistas, opiniões pessoais, poemas,

¹¹ Não aplicável.

¹² Expressão que cita o título de um artigo de opinião de Alexandre Inagaki, publicado a 15 de Junho de 2005 em www.digestivocultural.com.

¹³ “Ainda que muitos visitantes fiquem frequentemente horrorizados com o que os *bloggers* dizem sob a impressão de que não se apercebem de que falam em público, a maioria dos *bloggers* está bastante consciente da natureza pública da sua performance” (danah boyd, 2006).

fotografias, vídeos. O elemento comum é o próprio autor, que se interessa pelos vários temas e formas de expressão¹⁴. Na sua opinião, os blogues são “um meio de registar o que pensamos”. Talvez por isso a máxima cartesiana ganhe na Internet um novo sentido – já não é o facto de pensarmos que justifica a nossa existência, mas sim o de blogarmos.

Ao apresentar-se de forma tão intensa na Internet, este entrevistado admite que a exposição pode ser prejudicial. “Pode causar incómodo por termos opiniões contrárias aos outros, por podermos ofender pessoas ou grupos de pessoas, ou porque podemos ser mal interpretados no que dizemos.” Porém, há também um lado positivo – “essa exposição pode fazer mais pessoas identificarem-se connosco”. Dá-se, assim, a concretização da blogosfera como esfera pública, onde é possível procurar e encontrar pessoas com concepções do mundo semelhantes à nossa (boyd, 2006).

Por sua vez, o **blogger moderado** é, provavelmente, o género mais comum na blogosfera. Trata-se de alguém que criou, pelo menos, um blogue, actualiza-o no mínimo uma vez por semana, interage ocasionalmente com os seus visitantes, controlando-os ou não, navega pela blogosfera e também interage com outros *bloggers*. Seis dos entrevistados encaixam nesta descrição, embora 4 dos seus blogues assumam o modelo de diários pessoais (privilegiando o seu quotidiano, vida, peripécias), enquanto os outros 2 são dedicados a temas específicos (num caso, futebol e cinema; no outro, grafologia e respectivas aplicações).

O blogue é, no caso destes utilizadores, referido como um lugar para mostrar as suas ideias ou até mesmo designado de “o meu espaço”. Um deles vai mais longe e explica que criou o blogue para si¹⁵, mas gosta que os outros o vão visitar. Ou seja, além da vontade de expressar-se num local pessoal, há também um desejo de partilha e interacção.

Por outro lado, o blogue também cumpre, de acordo com estas entrevistas, funções de lazer, sendo indicado como um meio de diversão ou distracção, tal como um passatempo. A única desvantagem é, na opinião de um utilizador, o tempo que ocupa manter este espaço.

Importa ainda salientar que aquelas que são, nas palavras de um entrevistado, “imensas portas abertas sobre o mundo” trazem igualmente preocupações aos *bloggers*. Por exemplo, a hipótese das ideias serem copiadas, a possibilidade de assumir a virtualidade como verdade real, os conflitos de egos e a preferência do mundo virtual para conviver com pessoas reais.

O **blogger ocasional** é outra hipótese de participação na blogosfera. A actualização do *site* é esporádica, sem critério temporal. Há interacção com os visitantes e também pode existir

¹⁴ “Os *bloggers* vêem o seu blogue como um reflexo dos seus interesses e valores” (boyd, 2006).

¹⁵ “Embora se saiba que outras pessoas visitam o *site*, o *blogger* insiste que é o principal destinatário”; é a popular máxima “I blog for me” (Reed, 2005).

um controlo dos mesmos. Mas a navegação pela blogosfera e convivência com outros blogues é considerada pouco relevante. Este é o retrato que se aproxima da experiência de 2 dos entrevistados, um com um blogue geral, outro dedicado a um *hobby* (aquariofilia). Deste modo, os objectivos dos utilizadores são distintos – um expõe fotografias, poemas e outros assuntos, enquanto o outro se preocupa com a partilha de informação sobre o seu passatempo.

A categoria seguinte é a do **novo blogger**, isto é, o utilizador que criou recentemente um blogue e ainda está à procura de um ritmo de actualização do *site*. A interacção com os visitantes é reduzida (embora, numa das entrevistas, o *blogger* se mostre surpreendido com a rapidez que foi descoberto), bem como o controlo dos mesmos. A navegação e a interacção com a blogosfera são igualmente incipientes. Estas características adequam-se a 2 entrevistados com *lifelogs* (blogues pessoais sobre as suas vidas).

Neste caso, um dos utilizadores refere que uma das vantagens dos blogues é “falar de si sem que os outros saibam quem é”. Esta estratégia de anonimato na Internet consiste na utilização de um pseudónimo ou *nickname*, partilhada por outros utilizadores desta investigação, e remete para os primórdios da Internet, quando as salas de *chat* ofereceram aos utilizadores a possibilidade de identificarem-se com outro nome que não o real.

Além disso, o blogue possibilita publicar o que se escreve “sem impor nada a ninguém”, acrescenta o outro utilizador. O receio de enfrentar a opinião dos outros sobre aquilo que se produz pode, desta forma, ser contornado e, perante um público mais alargado, mais uma vez se coloca a maior probabilidade de correspondência com pessoas que se identifiquem com o *blogger*.

Por último, o **blogger profissional** é o utilizador que criou um blogue para cumprir objectivos exclusivamente profissionais e há 1 entrevistado que se enquadra nesse perfil. É um professor que administra um blogue como meio de comunicação com os seus alunos. A sua actualização é mensal, tem a opção de comentários bloqueada, os visitantes são controlados e, na maioria, conhecidos pelo administrador. É, portanto, um exemplo da adopção do blogue como ferramenta de trabalho.

6.5.2. E quem fica à margem dos blogues?

Nem todas as pessoas sentem necessidade de marcar a sua presença na Internet. Há **utilizadores frequentes e tecnologicamente experientes** com pouco interesse em criar ou manter um blogue. É o caso de 1 dos entrevistados que utiliza diariamente a Internet durante mais de 5 horas e que, apesar de já ter tido uma *homepage*, não tenciona participar na

blogosfera. Na sua opinião, “pode ser interessante partilhar as nossas opiniões e gerar reacções”, mas os blogues estão a “banalizar-se”. “Está demasiado na moda”, conclui.

Esta postura, combinada com um fraco contacto com a blogosfera (raramente navega por blogues e só uma vez interagiu com um), revela um desinteresse e uma resistência ao que é “moda”. Noutras situações, os utilizadores poderão sentir-se intimidados com a visibilidade obtida pelos blogues, recear que as suas opiniões sejam lidas por pessoas que eventualmente as conheçam (ou reconheçam) ou simplesmente não querer expor aspectos da sua vida pessoal *online*.

6.5.3. Espaço pessoal numa rede social

Numa das entrevistas realizadas durante esta investigação, ao interpelar o cibernauta sobre se alguma vez teve uma página pessoal, a resposta obtida foi positiva, mas inesperadamente remeteu para a rede social Hi5 e respectivos perfis que cada utilizador tem de criar para pertencer à comunidade. Será que, na evolução da Internet, **os perfis das redes sociais ocupam hoje o lugar das páginas pessoais?**

Segundo Hugo Liu (2007), o perfil das redes sociais é “uma das mais recentes etapas da performance textual *online* do eu”. E é curioso constatar que os perfis dos *Social Networking Sites* (SNS) são, tal como as *homepages*, espaços actualizados com menor frequência e, por isso, menos dinâmicos do que os blogues.

Entre os entrevistados, 10 encontram-se registados em, pelo menos, uma rede social (Hi5). Cinco utilizadores referiram que nunca actualizam os dados do perfil, 4 fazem-no poucas ou raras vezes e só 1 afirmou que tenta fazê-lo regularmente. Quanto à informação que disponibilizam nesse espaço, 6 indicaram que não omitem dados relevantes, 2 revelam apenas o que julgam conveniente, 1 omite características físicas por brincadeira e 1 não respondeu.

6.6. Comunicar *online*

“As pessoas têm uma longa história de apropriação da tecnologia para cumprir objectivos específicos. Em relação às tecnologias baseadas na Internet, esses **objectivos** têm sido tipicamente **de natureza interpessoal**” (Stefanone e Jang, 2007). Esse é, por exemplo, o caso do *email*, ferramenta desenvolvida em 1972 por Ray Tomlinson, que naturalmente sofreu uma evolução ao longo das últimas três décadas, mas ainda hoje é utilizada pela quase totalidade dos cibernautas. Nas entrevistas realizadas para esta investigação, todos os utilizadores indicaram ter, pelo menos, 2 contas de *email* (a média é 3 por entrevistado).

Segundo Stefanone e Jang, “a comunicação mediada por computador cria novas oportunidades de manutenção e suporte das relações além das disponibilizadas pelo telefone e contacto face a face” (2007). Mas haverá uma substituição das relações *offline* pelas relações

online? Um dos entrevistados revelou que, no passado, substituiu actividades como passar tempo com amigos e família pela utilização da Internet, mas hoje já não o faz. “Temos de saber dosear as coisas, e não substituir umas pelas outras, mas sim complementar.”

De facto, a comunicação com os outros através da Internet, com recurso ao *email*, fóruns de discussão e, sobretudo, *Instant Messaging Services* (IM) e redes sociais, parece afirmar-se como **um complemento da comunicação mediada tradicional ou face a face**. Há quem mesmo a utilize para despoletar um encontro *offline*, como um dos entrevistados que explica recorrer a um *email* em caso do assunto ser delicado e não ser fácil abordá-lo face a face. “Mas só mesmo para introduzir o tema, depois prefiro o contacto pessoal.”

6.6.1. O domínio do Messenger

Entre os 13 entrevistados, só 1 não utiliza um IM. Os restantes acedem, na totalidade, ao MSN Messenger (agora denominado Windows Live Messenger) e dois também recorrem ao Google Talk (que pode ser utilizado a par da consulta da conta Gmail). Grande parte destes cibernautas pode ser mesmo considerado “Messenger dependente”, tendo em conta que 9 admitem ligar o serviço diariamente ou quase. O facto de que o IM pode ser viciante é sugerido por um dos entrevistados, que salienta “é raro quem o começa a usar e deixa-o depois”.

O modo como estes utilizadores se apresentam perante os seus contactos assume quatro hipóteses. A mais popular associa o nome próprio com uma fotografia de rosto (5 respostas). Em segundo lugar, posiciona-se a apresentação com o nome próprio, mas sem fotografia (3). Por último, surgem as modalidades de um *nickname* associado a uma fotografia (geralmente não de si próprio) e de apenas um *nickname*, sem fotografia – cada uma referida por 2 entrevistados. Isto demonstra que, ao contrário do anonimato pretendido por alguns *bloggers*, a utilização mais frequente do IM privilegia a identificação de quem comunica, prevalecendo a identidade principal sobre eventuais identidades alternativas.

Por outro lado, a frequência da utilização não está, à primeira vista, relacionada com um maior ou menor número de contactos associados ao serviço. Os cibernautas que acedem diariamente (ou quase) ao IM afirmam reunir nele entre menos de 25 e mais de 100 contactos, sendo o cenário mais habitual entre 25 e 50 contactos (4 respostas). Apesar disso, nos casos em que a utilização é rara ou ocasional, verifica-se que o número de contactos é sempre inferior a 25. Por exemplo, um entrevistado revela que adicionou apenas 3 ou 4 contactos ao seu IM, porque o utilizava sobretudo para comunicar com um amigo que estava nos Estados Unidos. “Desde que regressou praticamente deixei de usar”, acrescenta.

Comunicar com pessoas que estão longe é, de resto, um dos objectivos referidos por quem utiliza o IM (3 respostas), sendo apenas ultrapassado pelo desejo de estar em contacto com amigos, familiares e colegas de trabalho (6 respostas). Há, no entanto, entre os cibernautas que têm uma utilização menos frequente, um que argumenta preferir “outras formas de comunicar com os amigos”. De qualquer modo, o IM não parece ser incompatível com práticas tradicionais como o telefone que, segundo um dos utilizadores, é o outro meio a que normalmente também recorre para entrar em contacto com todas as pessoas do seu IM. E pode até incentivar outros tipos de relacionamento, como testemunha um dos entrevistados para quem a comunicação via IM permitiu “dar-se bastante mais pessoalmente” com algumas pessoas.

6.6.2. A crescente presença do Hi5

De acordo com o relatório divulgado em Abril de 2008 pela entidade reguladora da comunicação britânica (Ofcom), “o rápido crescimento dos *social networking sites* [SNS] nos últimos anos indica que actualmente são uma tecnologia de comunicação comum para muitas pessoas” (8:2008).

Em Portugal, SNS equivale a Hi5. São certamente poucos os cibernautas portugueses que nunca receberam um pedido de amizade dessa rede social na sua conta de *email* e, entre os utilizadores entrevistados, 10 já estão registados nela. Outros exemplos populares, mas com uma adesão menor (aqui entendida como registo no *site*) são o YouTube (mais procurado para ver vídeos) e o MySpace (sobretudo pelas páginas de músicos, onde é possível ouvir algumas das suas canções).

Um dos aspectos que o relatório do Ofcom (2008) salienta é que os SNS usufruem de **maior popularidade junto das gerações mais novas**. No caso das entrevistas realizadas, confirma-se que os 3 utilizadores que não se encontram registados numa rede social são, de facto, os mais velhos do conjunto, com idades a partir dos 36 anos. A média dos cibernautas que utilizam SNS é, assim, 29 anos, compreendendo utilizadores entre os 25 e 34 anos.

O principal motivo referido para a adesão a, pelo menos, uma rede social são os **convites provenientes de amigos** (6 respostas). Mas a curiosidade pelo fenómeno também assume relevância, ao ser indicada em 3 respostas.

Quanto às vantagens que o SNS oferece aos seus utilizadores, 3 entrevistados referem a possibilidade de **encontrar “amizades perdidas”** (pessoas conhecidas que o cibernauta não vê há muito tempo), 2 a manutenção do **contacto com amigos e familiares distantes** e outros 2 a hipótese de **conhecer pessoas novas**. Há ainda 1 cibernauta que vê nesta ferramenta uma

forma de **interagir e analisar atitudes**, bem como manter **contacto e informações de pessoas próximas**.

Ao observar o tipo de contactos com que os entrevistados interagem na rede social, verifica-se que a maioria privilegia os amigos (8 respostas), a família (6) e os colegas de escola (6). Estes grupos podem incluir quer as “amizades perdidas”, quer pessoas distantes, quer pessoas mais próximas, justificando a utilização do SNS tendo em vista a concretização de algumas das vantagens que o serviço oferece. Porém, é interessante constatar que, no que diz respeito à possibilidade de comunicar com pessoas novas (ou seja, desconhecidas), só 2 utilizadores admitiram tê-lo feito¹⁶ e um deles acrescentou que não manteve contacto posterior.

Além disso, também é de destacar o menor peso representado por contactos profissionais (normalmente, colegas de trabalho), referido por 3 entrevistados. Numa investigação futura, seria pertinente perceber se os utilizadores tentam separar ou não o contexto profissional da sua presença numa rede social. Por exemplo, no caso de um professor entrevistado, este indicou que um dos critérios que usa para adicionar “amigos” à sua rede é o facto de não serem alunos.

Quadro 3: Tipo de contactos com que mantém interacção na rede social

	Amigos	Família	Colegas de escola	Contactos profissionais	Outros	Desconhecidos
Entrevista 1	N.R. ¹⁷	N.R.	N.R.	N.R.	N.R.	N.R.
Entrevista 3	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não
Entrevista 4	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não
Entrevista 7	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Entrevista 8	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim
Entrevista 12	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Entrevista 16	N.R.	N.R.	N.R.	N.R.	N.R.	Não
Entrevista 18	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não
Entrevista 20	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não
Entrevista 21	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não

Na verdade, o próprio termo “amigo” ganha uma conotação própria nas redes sociais. Citando o relatório do Ofcom, “os *social networking sites* **alargam o conceito tradicional de ‘amigos’** para significar qualquer pessoa com quem o utilizador tem uma relação *online*. Por isso, o termo pode incluir pessoas que o utilizador nunca conheceu ou com quem nunca falou”

¹⁶ Apenas um tinha sugerido, como vantagem da rede social, a hipótese de conhecer pessoas novas.

¹⁷ Não respondeu

(10:2008). Há, no entanto, nos entrevistados da presente investigação uma resistência à expansão da palavra “amigo” a desconhecidos. Para 4 cibernautas, o critério que rege a selecção dos “amigos” que fazem parte da sua rede é “conhecer a pessoa”. Há quem se preocupe ainda que essa pessoa tenha, na sua opinião, uma personalidade interessante e um utilizador vai mais longe, exigindo que seja um “amigo real”.

A ferramenta que permite **publicar fotos** no SNS é uma das mais utilizadas pelos entrevistados. Contudo, também aqui diferentes critérios guiam os cibernautas. Para 3 deles, o mais importante é não expor em demasiado a sua privacidade – ou seja, estão conscientes de que as fotos que disponibilizam *online* podem ser acedidas por qualquer pessoa e esse facto leva-os a imporem limites (um deles diz que prefere colocar fotos tiradas por si a fotos suas, por exemplo). Por outro lado, 2 entrevistados manifestam sobretudo preocupações estéticas quando escolhem fotografias para colocarem na rede. Há ainda quem privilegie as fotografias de ocasiões especiais (2 respostas) ou quem apresente as que o definem melhor (1).

Por último, considerando as características de utilização das redes sociais dos 10 entrevistados, propõe-se as seguintes categorias de utilizadores:

- O “**em contacto**” é aquele que mantém uma relação esporádica com o SNS e representa a categoria mais comum (5 entrevistados). Trata-se de uma pessoa que frequenta pontualmente o *site*, que recebe poucas mensagens, não está preocupada em conhecer pessoas novas, ocasionalmente visita os perfis de outras pessoas e, por norma, só comenta caso sejam conhecidas. O seu objectivo é manter-se em contacto com outras pessoas, actualizando as respectivas informações pessoais sem, todavia, aprofundar relações.
- O *voyeur* é o cibernauta que interage pouco com o SNS, mas gosta de frequentá-lo de vez em quando (2 entrevistados)¹⁸. A sua utilização consiste em visitar perfis de outras pessoas, sem deixar comentários. Normalmente não conhece pessoas novas, dado que também raramente recebe mensagens.
- O **sociável** é aquele que frequenta habitualmente a rede e gosta de utilizá-la para se manter em contacto com os amigos ou reencontrar “amizades perdidas” (2 entrevistados). Por isso, costuma visitar os perfis de amigos e deixar comentários. Também recebe mensagens com frequência e, eventualmente, cruza-se com pessoas novas.

¹⁸ O *voyeur* pode, em última instância, não estar registado na rede, como acontece com um entrevistado que, apesar de não ter conta numa rede social, costuma visitar os perfis que encontra na Internet.

- O **curioso** é o cibernauta que se registou na rede social para ver como funcionava, por mera curiosidade, mas rapidamente perdeu o interesse pelo serviço (1 entrevistado). Assim, o acesso ao SNS é raro, bem como a interacção com outras pessoas.

6.6.3. Fóruns como passatempo

Os fóruns de discussão ou *newsgroups* são uma outra forma de comunicação há muito presente e utilizada na Internet. Hoje, perante as entrevistas realizadas, verifica-se a sua **relevância para utilizadores que têm determinado hobby** e gostam de obter mais informações sobre ele através de outras pessoas que partilham a mesma preferência.

Assim, dos 13 entrevistados, 6 participam em fóruns relacionados com música (2), futebol (1), cinema (1), aquariofilia (1), grafologia (1) e tecnologias da informação (1). Só 1 considera que a consulta do fórum é útil para o seu trabalho, embora alguns passatempos quase possam ser considerados uma actividade profissional¹⁹. A maioria dos utilizadores prefere apenas ler as mensagens, mas 2 revelam uma participação activa, publicando *posts* no fórum.

De um modo geral, as principais vantagens dos fóruns são, na opinião dos entrevistados, manter-se actualizado (4 respostas) e partilhar informação/opiniões (3 respostas). Um dos utilizadores refere ainda que é uma possibilidade de contactar e conhecer pessoas com os mesmos gostos.

6.6.4. A alternativa VoIP?

Quando os *media* começaram a falar no VoIP, pensou-se que iria representar uma alternativa à rede fixa e que, a médio prazo, poderia mesmo substituí-la. Entretanto, no mercado português, surgiram e proliferaram as ofertas *triple-play*, em alguns casos oferecendo chamadas telefónicas gratuitas com a subscrição de serviços de acesso à Internet ou de televisão. Talvez por isso, dos 13 entrevistados, só 2 já experimentaram serviços VoIP e, enquanto um substituiu a rede fixa pela sua utilização, o outro deixou de utilizá-lo.

A grande vantagem dos serviços VoIP face à rede fixa reside nos preços e foi por esse motivo que um dos entrevistados passou a utilizar a funcionalidade VoIP do MSN Messenger para fazer todas as suas chamadas nacionais (pessoais e profissionais).

Por outro lado, o facto de ser um serviço a que se acede através da Internet e que está dependente do computador afastou outro dos cibernautas entrevistados da sua utilização. Fê-

¹⁹ O entrevistado que frequenta fóruns sobre grafologia está neste momento reformado e dedica-se à divulgação do tema num blogue.

lo para contactos pessoais apenas durante um período em que o Sapo Messenger lhe disponibilizou chamadas gratuitas.

6.6.5. O ainda desconhecido *Second Life*

Desperta interesse e paixão em todo o mundo, mas ainda é relativamente desconhecido em Portugal. O *Second Life* (SL) é uma plataforma virtual onde é possível conversar com outros cibernautas ou até mesmo fazer compras que, dias depois, são entregues na morada real.

Nas entrevistas realizadas, houve um utilizador que disse não conhecer este serviço e outro que, apesar de nunca o ter experimentado, está curioso em fazê-lo. Dois cibernautas estão, no entanto, registados no SL. Ambos acedem com pouca frequência e, no passado, também frequentaram salas de *chat* ou IRC. A curiosidade e a recomendação de amigos foram os motivos que os levaram a aderir ao mundo virtual.

Por um lado, um desses utilizadores confessa que considera o SL “pouco divertido”. Quando acede, passeia pelo espaço, ao mesmo tempo que consulta, no computador, outros *sites*. Teve experiências positivas de interacção com outras pessoas (“há pessoas dispostas a ajudar”), mas não foram suficientes para motivá-lo a regressar mais vezes.

Já o outro cibernauta tem um objectivo sobretudo académico na utilização que faz do SL. Por isso, quando frequenta os seus mundos, tenta conversar com outros utilizadores, de forma a recolher informação útil para a sua investigação.

6.7. A Internet no trabalho

Na perspectiva de Nicholas Negroponte (1996), a introdução de ferramentas electrónicas como o *email* no dia-a-dia veio alterar o ritmo de trabalho e de lazer das pessoas. Por isso, nas entrevistas realizadas, procurou-se perceber qual o papel que a Internet representa no contexto profissional dos utilizadores e em que medida gera situações em que as fronteiras entre o pessoal e o profissional se confundem.

Para muitos cibernautas, **o *email* faz hoje parte do seu trabalho** e dificilmente conseguiriam imaginar o seu quotidiano profissional sem essa ferramenta. Dos 13 entrevistados, 8 utilizam com frequência o correio electrónico no seu local de trabalho, 3 dos quais mais do que o telefone.

No que diz respeito a separar contactos profissionais e pessoais, a maioria dos utilizadores (9) refere ter contas distintas. Há, contudo, 3 internautas que, apesar de terem 2 ou mais endereços de *email* diferentes, não distinguem a utilização profissional da pessoal²⁰.

²⁰ Um desses utilizadores encontra-se, no entanto, desempregado.

Por sua vez, a **separação entre casa e trabalho revela-se cada vez menor** – são 4 os entrevistados que enviam *emails* profissionais a partir de casa e pessoais a partir do trabalho e 2 os que remetem mensagens relacionadas com o trabalho a partir de casa (no local onde trabalham, o *email* não é, em ambos os casos, uma ferramenta de uso frequente). Só 2 utilizadores afirmam não misturarem os dois contextos, enquanto outros 2 esforçam-se por fazê-lo (por vezes, sem sucesso).

Quadro 4: Utilização pessoal e profissional do correio electrónico

	N.º de contas de <i>email</i>	<i>Email</i> pessoal vs. profissional	Casa vs. trabalho	Presença no trabalho
Entrevista 1	3	Contas separadas	Envia <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho e profissionais a partir de casa	Ferramenta de uso frequente (mais do que o telefone)
Entrevista 3	4	Contas separadas	Envia <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho e profissionais a partir de casa	Ferramenta de uso frequente (mais do que o telefone)
Entrevista 4 ²¹	2	Contas separadas	N.A. ²²	N.A.
Entrevista 6	2	Contas separadas	Tenta separar os contextos, mas admite que se misturam	Ferramenta de uso frequente (mais do que o telefone)
Entrevista 7	3	Não distingue	Envia <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho e profissionais a partir de casa	Ferramenta de uso frequente
Entrevista 8 ²³	2	Não distingue	N.A.	N.A.
Entrevista 12	3	Não distingue	Envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa	Não usa o <i>email</i> , mas sim o telefone
Entrevista 13	4	Contas separadas	Envia <i>emails</i> pessoais a partir	Ferramenta de uso frequente

²¹ Estudante

²² Não aplicável

²³ Desempregado

			do trabalho e profissionais a partir de casa	
Entrevista 16	2	Contas separadas	Não mistura os contextos	Ferramenta de uso frequente
Entrevista 17 ²⁴	2	N.A.	N.A.	N.A.
Entrevista 18	3	Contas separadas	Não mistura os contextos	Ferramenta de uso frequente
Entrevista 20	4	Contas separadas	Envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa	Usa mais o telemóvel do que o <i>email</i> para contacto com colegas
Entrevista 21 ²⁵	3	Contas separadas	Tenta separar os contextos	Ferramenta de uso frequente

Outro exemplo de como o contexto profissional é progressivamente invadido pelo contexto pessoal está presente na **utilização do IM no local de trabalho**. Dos 12 entrevistados que acedem ao IM, 7 admitem utilizá-lo enquanto trabalham, embora apenas 5 realizem contactos profissionais através dele. Há 2 utilizadores para quem o IM no trabalho significa, em exclusivo, comunicar com amigos e familiares. Para outro, ainda que comunique com contactos profissionais, a utilização do IM no trabalho é sobretudo uma forma de passar o tempo e estar em contacto com pessoas que normalmente não poderia estar.

De qualquer forma, é forçoso constatar que esta ferramenta assume uma **crecente utilidade profissional**. Um dos entrevistados explica que o IM é útil para o seu trabalho por lhe permitir comunicar mais facilmente, quer para obter informação, quer através da partilha de ficheiros. Além disso, também é um serviço mais barato do que telefone, acrescenta outro utilizador.

Resta saber se a vertente profissional do IM afecta o lazer dos utilizadores, na medida em que também pode ser acedido a partir de casa com objectivos pessoais, acabando por possibilitar que o trabalho invada facilmente esse espaço. É mais uma proposta para uma futura investigação.

²⁴ Reformado

²⁵ Recentemente desempregado

Conclusão

Na era da globalização, da sociedade da informação e da *networked communication*, a apropriação social da Internet tem um impacto no quotidiano, nas relações, na identidade, na vida das pessoas. Sobretudo porque essa apropriação é individual e autónoma, antes de ser colectiva ou ditada por poderosos grupos de *media* ou instituições do Estado.

Nesta investigação, foi possível encontrar categorias de utilizadores, com práticas e objectivos semelhantes e, de uma forma geral, identificar perspectivas e tendências que permitem responder à pergunta “Quais os efeitos da interacção social na Internet sobre a identidade individual?”

Assim, constatou-se que há uma apropriação identitária dos blogues por parte dos *bloggers* (“o meu espaço”). Contudo, existem características distintas nessa utilização que permitem estabelecer diferentes tipos de *bloggers*.

- *Blogger* intensivo (gere um ou mais blogues com actualização diária, interage e controla os respectivos visitantes, navega e interage com a blogosfera).
- *Blogger* moderado (é mais comum, tem pelo menos um blogue, actualiza-o no mínimo todas as semanas, interage e controla ocasionalmente os visitantes, navega e interage com a blogosfera).
- *Blogger* ocasional (faz uma actualização esporádica do blogue, pode interagir e controlar os visitantes, mas considera pouco relevante navegar e interagir com a blogosfera).
- Novo *blogger* (criou recentemente um blogue, ainda não tem um ritmo de actualização definido, a interacção e o controlo dos visitantes é reduzido, tal como a navegação e interacção com a blogosfera).
- *Blogger* profissional (criou um blogue com objectivos exclusivamente profissionais, como ferramenta de trabalho).

No que diz respeito à hipótese da construção e manutenção do blogue alterar a forma como o indivíduo se perspectiva em relação a si mesmo, verificou-se que o blogue é definido como “um meio de registar o que pensamos”. Além disso, pode ser uma forma de satisfazer a necessidade de mostrar-se aos outros e a si próprio no futuro (uma espécie de arquivo de um período da sua vida). No entanto, existe a percepção de que é apenas parte do “eu” que é revelado, e não toda a identidade. Existe mesmo quem considere o anonimato como uma das vantagens dos blogues, possibilitando “falar de si sem que os outros saibam quem é”.

Na relação com os outros, o blogue possibilita publicar o que se escreve “sem impor nada a ninguém”. Ou seja, permite contornar um receio frequente – o de enfrentar directamente a opinião dos outros – e até encontrar mais facilmente pessoas que se identifiquem com os seus pontos de vistas. Com efeito, há consciência da presença de um público e das consequências positivas e negativas da exposição pública. Entre elas, destaca-se, por exemplo, a preocupação com a cópia de ideias.

Por outro lado, confirmando a hipótese formulada por Castells (2001), a comunicação mediada por computador (CMC) afirma-se cada vez mais como um complemento da comunicação mediada tradicional ou face a face. Há quem a utilize, por exemplo, para despoletar um encontro *offline*.

A utilização de serviços de *Instant Messaging* (IM) é, na maioria parte dos casos, uma espécie de vício – “é raro quem o começa a usar e deixa-o depois”. Nas relações interpessoais, os cibernautas preferem identificar-se através do seu nome próprio e fotografia de rosto, do que recorrer a *nicknames* e outro tipo de fotografias que poderiam servir para salientar uma faceta alternativa. O seu principal objectivo é estar em contacto com amigos, familiares e colegas de trabalho, seguindo-se o desejo de comunicar com pessoas que estão longe. O IM pode igualmente funcionar como complemento de outras práticas tradicionais, como o telefone, também referido como uma forma de contacto com as pessoas incluídas na lista do serviço.

Por sua vez, a adesão a redes sociais como o Hi5 é estimulada pelos convites de amigos e pela curiosidade. Quanto às suas vantagens, os utilizadores destacam, sobretudo, a possibilidade de encontrar “amizades perdidas”, manter contacto com amigos e familiares distantes e conhecer pessoas novas. Assim, nas suas “redes de amigos”, privilegiam principalmente os contactos de amigos, família e colegas de escola, mas raramente comunicam com pessoas novas. Em relação aos recursos disponibilizados pelas redes sociais, a maioria utiliza a opção de publicar fotos, mas com diferentes critérios – não expor demasiado a privacidade, gostar da fotografia, representar ocasiões especiais ou ser uma definição de si mesmo.

Com o uso das redes sociais, o termo “amigo” ganha uma nova conotação. Ou seja, pode incluir pessoas que o internauta não conhece pessoalmente. No entanto, verifica-se alguma resistência a essa inclusão. Um dos critérios da selecção dos contactos da rede de amigos é, precisamente, “conhecer a pessoa”.

Também nas redes sociais é possível encontrar diferentes tipos de utilizadores.

- “Em contacto” (é a categoria mais comum, frequenta pontualmente a rede, recebe poucas mensagens, não pretende conhecer pessoas novas, visita outros perfis ocasionalmente e só deixa comentários caso as conheça).
- *Voyeur* (frequenta a rede de vez em quando, visita os perfis de outras pessoas sem deixar comentários, não conhece pessoas novas, raramente recebe mensagens).
- Sociável (frequenta habitualmente a rede, visita os perfis de amigos e deixa comentários, recebe mensagens com frequência, conhece pessoas novas).
- Curioso (aderiu por curiosidade, raramente acede e interage através da rede social).

Por sua vez, ao contrário da hipótese formulada, os fóruns de discussão assumem relevância sobretudo para utilizadores com um determinado *hobby* e não tanto com vista a um objectivo profissional. Desse modo, as suas vantagens são a possibilidade de manter-se actualizado sobre o tema, partilhar informação ou opiniões, contactar e conhecer pessoas com os mesmos gostos. A participação dos cibernautas é sobretudo passiva (ler mensagens), mas também há quem goste de intervir, publicando *posts*.

Já o *email* faz hoje parte do trabalho de muitos cibernautas, pelo que dificilmente conseguem imaginar o seu quotidiano profissional sem essa ferramenta. Em alguns casos, o *email* é mesmo mais utilizado do que o telefone no contexto profissional. No que diz respeito à distinção entre contactos pessoais e profissionais, há tendência para ter contas separadas.

As fronteiras entre a casa enquanto espaço de lazer e o trabalho enquanto espaço profissional são cada vez mais difusas, à semelhança da hipótese defendida por Negroponte (1996). Enviar mensagens de *email* pessoais a partir do trabalho e, principalmente, mensagens profissionais a partir de casa torna-se progressivamente mais comum no dia-a-dia dos utilizadores. Além disso, o IM também começa a estar presente no local de trabalho, para contactos profissionais e pessoais. A sua utilidade a nível profissional é, de resto, defendida através de argumentos como o facto de facilmente permitir obter informação e trocar ficheiros ou ser mais barato do que o telefone.

Antes de terminar, importa ainda salientar que a investigação desenvolvida ao longo deste trabalho colocou igualmente questões novas e pertinentes que poderão constituir importantes pistas para projectos futuros nesta área.

Em primeiro lugar, a questão em torno do papel dos perfis das redes sociais. Será que, mais do que os blogues, os perfis das redes sociais ocupam hoje o lugar das páginas pessoais? À semelhança destas últimas, são espaços que visam, sobretudo, identificar e apresentar uma

pessoa, incluindo informações relativas à idade, aspecto físico, local onde vive ou trabalha, gostos, *hobbies*, etc.

Ainda nas redes sociais, existe ou não uma preocupação por parte dos utilizadores de separar os contactos profissionais da sua “rede de amigos”? Será que estão conscientes do impacto que a revelação de uma informação íntima e pessoal poderá ter na sua vida profissional, caso seja consultada por uma pessoa desse universo de socialização?

Por fim, em relação à utilização do IM, qual o seu impacto nos momentos de lazer dos cibernautas, quando passa a incluir contactos profissionais? Como é que os cibernautas conciliam a vertente profissional do serviço com a pessoal, fora do contexto de trabalho?

Com estas questões em aberto, resta concluir que é cada vez mais pertinente observar e analisar a adopção e integração da Internet e restantes novas tecnologias no quotidiano das pessoas, nomeadamente para perceber qual o espaço que conquistam e o modo como passam a ser utilizadas para servir objectivos tão diversos, que podem estar relacionados com o trabalho, lazer, comunicação interpessoal, informação, etc. Estas realidades crescem e mudam a uma velocidade por vezes difícil de acompanhar, mas o caminho está aberto e é fundamental contribuir para um conhecimento mais aprofundado da apropriação social dos novos *media* em Portugal.

Bibliografia

• Livros

- BARBOSA, Elisabete e GRANADO, António (2004). Weblogs – Diário de Bordo, col. «Comunicação», vol. 2, 1ª Ed., Porto: Porto Editora.
- BLOOM, Allan (2001). A Cultura Inculta: Ensaio sobre o declínio da cultura geral, trad. Francisco Faia, ed. original 1987, Mem Martins: Publicações Europa-América.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996). História e Crítica da Comunicação, 1ª Ed., Lisboa: Edições Século XXI.
- CARDOSO, Gustavo (2003). O que é – Internet, 1ª Ed., S.L: Quimera Editores.
- _____ (1998). Para uma Sociologia do Ciberespaço, 1ª Ed., Oeiras: Celta Editora.
- _____ *et al.* (2005). A Sociedade em Rede em Portugal, Porto: Campo das Letras.
- CASTELLS, Manuel (2001). The Internet Galaxy – Reflections on the Internet, Business, and Society, Oxford: Oxford University Press.
- _____ (2002). A Sociedade em Rede, col. «A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura», vol. 1, 1ª Ed. (ed. original 1996, 2000), Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- FEATHERSTONE, Mike (ed.; 1990). Global Culture: Nationalism, Globalization and Identity, London: Sage Publishers.
- FRADA, João (2005). Novo Guia Prático para pesquisa, elaboração e apresentação de trabalhos científicos e organização de currículos, 1ª Ed. (ed. original 1991), Lisboa: SeteCaminhos.
- GAUNTLETT, David (ed.; 2000). Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age, London: Routledge.
- GOFFMAN, Erving (1993). A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias, trad. Miguel Serras Pereira, ed. original 1959, Lisboa: Relógio D'Água.
- GIDDENS, Anthony (1990). The Consequences of Modernity, Stanford (California): Stanford University Press.
- _____ (1996). Novas Regras do Método Sociológico, trad. António Escobar Pires, 2.ª Ed., Lisboa: Gradiva.
- HOCHSCHILD, Arlie Russell (1997). The Time Bind: When Work Becomes Home and Home Becomes Work, New York: Metropolitan Books.
- LAUREL, Brenda (1993). Computers as Theatre, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

- LÉVY, Pierre (2000). Cibercultura, trad. José Dias Ferreira, Col. «Epistemologia e Sociedade», 1ª Ed., Lisboa: Instituto Piaget.
- LIPOVETSKY, Gilles (1989). A Era do Vazio: Ensaio sobre o individualismo contemporâneo, trad. Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria, 1ª Ed. (ed. original 1983), Lisboa: Relógio d' Água Editores.
- MAALOUF, Amin (2002). As Identidades Assassinas, trad. Susana Serras Pereira, 2ª Ed. (ed. original 1998), Algés: Difel.
- MACKAY, Hugh e O'SULLIVAN, Tim (ed.; 1999). The Media Reader: Continuity and Transformation, London: Sage Publications.
- MCLUHAN, Marshall (1967). La Galaxie Gutenberg, trad. Jean Paré, 1ª ed. francesa (ed. original 1962), Paris: Editions Mame.
- MELO, Alexandre (2002). O que é – Globalização Cultural, 1ª ed., S.L.: Quimera Editores.
- NEGROPONTE, Nicholas (1996). Ser Digital, 1ª ed. (ed. original 1995), Lisboa: Editorial Caminho.
- POSTER, Mark (2000). A Segunda Era dos Média, trad. Maria João Taborda e Alexandra Figueiredo, 1ª Ed. (ed. original 1995), Oeiras: Celta Editora.
- QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc Van (1998). Manual de Investigação em Ciências Sociais, trad. João Minhoto Marques, Maria Amália Mendes e Maria Carvalho, 2ª Ed. (1ª ed. 1995), Lisboa: Gradiva.
- RAMONET, Ignacio (1999). La Tyrannie de la Communication, Paris: Éditions Galilée.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1997). Estratégias da Comunicação, 2ª Ed. (1ª ed. 1990), Lisboa: Editorial Presença.
- SILVA, Augusto Santos e PINTO, José Madureira (org., 1986). Metodologia das Ciências Sociais, Porto: Afrontamento.
- SLEVIN, James (2000). The Internet and Society, Cambridge (UK): Polity Press.
- STRAUSS, Anselm e CORBIN, Juliet (1990). Basics of Qualitative Research – Grounded Theory Procedures and Techniques, Califórnia (EUA): SAGE Publications.
- TURKLE, Sherry (1997). A Vida no Ecrã – a Identidade na Era da Internet, trad. Paulo Faria, 1ª ed. (ed. original 1995), Lisboa: Relógio d' Água Editores.
- WEBSTER, Frank (1995). Theories of the Information Society, 1ª Ed., London: Routledge.
- WOLTON, Dominique (1999). Pensar a Comunicação, trad. Vanda Anastácio, 1ª Ed. (ed. original 1997), Algés: Difel.
- _____ (2000). E depois da Internet?, trad. Rui Miguel C. Branco, 1ª Ed., Algés: Difel.

- **Artigos**

- CASTELLS, Manuel (1996). «An Introduction to the Information Age» in MACKAY, Hugh e O'SULLIVAN, Tim (ed.), The Media Reader: Continuity and Transformation, London: Sage Publications.
- CHEUNG, Charles (2000). «A Home on the Web: Presentations of Self on Personal Homepages» in GAUNTLETT, David (ed.), Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age, London: Routledge.
- GAUNTLETT, David (2000). «Web Studies: A User's Guide» in GAUNTLETT, David (ed.), Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age, London: Routledge.
- HALLORAN, James D. (1998). «Mass Communication Research: Asking the Right Questions» in HANSEN, A. *et al.*, Mass Communication Research Methods, London: Palgrave.
- JONES, Steve (1997). «The Internet and its Social Landscape» in JONES, Steve (ed.), Virtual Culture – Identity and Communication in Cybersociety, London: Sage Publications.
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1994). «A informação vai devorar a comunicação?» in Cultura & Economia – Actas do Colóquio realizado em Lisboa, 9-11 de Novembro de 1994 (coord. M. Lourdes Lima dos Santos).
- MEYROWITZ, Manuel (s.d.). «No sense of place: the impact of electronic media on social behaviour» in MACKAY, Hugh e O'SULLIVAN, Tim (ed.), The Media Reader: Continuity and Transformation, London: Sage Publications.
- REED, Adam (2005). «'My blog is me': Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology)» in Ethnos – Journal of Anthropology, Vol. 70, n.º 2, Oxford: Routledge.
- RHEINGOLD, Howard (1994). «The Virtual Community: Finding Connection in a Computerised World» in MACKAY, Hugh e O'SULLIVAN, Tim (ed.), The Media Reader: Continuity and Transformation, London: Sage Publications.
- ROBERTSON, Roland (1990). «Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept» in FEATHERSTONE, Mike (ed.), Global Culture: Nationalism, Globalization and Identity, London: Sage Publishers.
- SILVER, David (2000). «Looking Backwards, Looking Forwards: Cyberculture Studies 1990-2000» in GAUNTLETT, David (ed.), Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age, London: Routledge.
- SPROULL, Lee e FARAJ, Samer (1995). «Atheism, Sex, and Databases: The Net as a Social Technology» in KAHIN, Brian e KELLER, James (ed.), Public Access to the Internet, Cambridge: The MIT Press.

VALKENBURG, Patti M. (2005). «Adolescents' identity experiments on the Internet» *in* VALKENBURG, Patti M. *et al.*, New Media & Society, vol. 7, n.º3, Amsterdam: University of Amsterdam.

WAKEFORD, Nina (2000). «New Media, New Methodologies: Studying the Web» *in* GAUNTLETT, David (ed.), Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age, London: Routledge.

WELLMAN, Barry (2001). «Physical Place and Cyberspace: The Rise of Personalized Networking» *in* International Journal of Urban & Regional Research, Oxford: Blackwell Publishing.

- **Revistas e outras publicações**

APPADURAI, Arjun (ed.). Globalization, «Public Culture», vol. 12, n.º 1 (2000), Durham (North Carolina, EUA): Duke University Press.

MIRANDA, José Augusto Bragança de e COELHO, Eduardo Prado (org.). Tendências da cultura contemporânea, «Revista de Comunicação e Linguagens», n.º 28 (2000), Lisboa: Relógio d'Água Editores.

Número Magazine – Revista Fast-Forward, n.º 8 (2001), Lisboa: Ópio – Arte e Cultura.

REBELO, José (dir.). Tecnologias da Informação no Trabalho: que Limites?, «Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação», n.º 5 (2004), Cruz Quebrada: Editorial Notícias.

- **Apontamentos de disciplinas do mestrado**

NEVES, José Gonçalves das (2005). “A Entrevista: Técnica linguística e relacional de obter informação”.

- **Pesquisa Multimédia**

BARLOW, John Perry *et al.* (1995). «What Are We Doing Online?»
<http://www.highbeam.com/doc/1G1-17372992.html> (Setembro 2008)

BOYD, danah (2006). «A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium»
<http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> (Fevereiro 2008)

CARDOSO, Gustavo (2008). «From *Mass* to *Networked Communication*: Communicational Models and the Informational Society»
<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/19/178> (Setembro 2008)

CHANDLER, Daniel (1998). «Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web» <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html> (Setembro 2008)

CLARKE, Roger (1994). «The Digital Persona and its Application to Data Surveillance»
<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/DigPersona.html> (Setembro 2008)

- COPPOCK, Patrick (1995). «A Conversation on Information with Umberto Eco»
http://www.cudenver.edu/~mryder/itc_data/eco/eco.html (Setembro 2008)
- CORREIA, Carlos (s.d.). «Curso Modular sobre Convergência Tecnológica *versus* Divergência Comunicacional»
http://www.carloscorreia.net/pt/framesets/cursos/frameset_cursos_conv_div_pt.html
(Setembro 2008)
- _____ (s.d.). «Curso Conceitos básicos sobre o Multimédia»
http://www.carloscorreia.net/pt/framesets/cursos/frameset_cursos_conc_basicos_pt.html
(Setembro 2008)
- ECO, Umberto (1996). «From Internet to Gutenberg»
<http://www.hf.ntnu.no/anv/Finnbo/tekster/Eco/Internet.htm> (Setembro 2008)
- ESTEVES, João Pissarra (1999). «Os Media e a Questão da Identidade»
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php?html2=pissarra-media-identidade.html>
(Setembro 2008)
- GLADWELL, Malcolm (2002). «The Naked Face» <http://www.gladwell.com/pdf/nakedface.pdf>
(Setembro 2008)
- HAYWARD, Philip (1993). «Situating Cyberspace: The Popularisation of Virtual Reality»
<http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/Cyberspace/HaywardSituatingCyberspace.html> (Setembro 2008)
- JÚLIO, Bruno Gonçalo de Oliveira (2005). «Identidade e interação social em comunicação mediada por computador» <http://www.bocc.ubi.pt/pag/julio-bruno-identidade-interacao-social.pdf> (Setembro 2008)
- LAUREL, Brenda (1990). «The Art of Human-Computer Interface Design»
<http://www.cdli.ca/~elmurphy/emurphy/laurel.html> (Setembro 2008)
- LIU, Hugo (2007). «Social network profiles as taste performances», *Journal of Computer-Mediated Communication* <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/liu.html> (Abril 2008)
- MENDONÇA, Carlos Camargos (2001). «Subjetividade e tecnologia: as novas máquinas produtoras de corpos» <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mendonca-carlos-produtoras-corpos.pdf> (Setembro 2008)
- MILLER, Hugh (1995). «The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet»
<http://www.psicopolis.com/psicopedia/selfweb.htm> (Setembro 2008)
- MORTENSEN, Torill e WALKER, Jill (2002). «Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool» <http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf> (Setembro 2008)

- OBERCOM, Observatório da Comunicação (2008). «Bloguers e Blogosfera.pt»
<http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr5.pdf> (Setembro 2008)
- _____ (2008). «Web 1.5 – As redes de sociabilidades entre o email e a Web 2.0»
http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr6_2.pdf (Setembro 2008)
- OFCOM, Office of Communications (2008). «Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use»
http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/socialnetworking/report.pdf (Agosto 2008)
- REID, Elizabeth (1991). «Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat» <http://www.irchelp.org/irchelp/misc/electropolis.html> (Setembro 2008)
- SILVEIRINHA, Maria João (2002). «Novos Media, Velhas Questões»
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.pdf>
(Setembro 2008)
- SIMON, Kenneth (1991). «A Study of Computer-Mediated Social Life»
http://www.eff.org/Net_culture/Cyborg_anthropology/computer_mediated_social_life.article (Setembro 2008)
- STEFANONE, M. A., e JANG, C.-Y. (2007). «Writing for friends and family: The interpersonal nature of blogs», *Journal of Computer-Mediated Communication*
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/stefanone.html> (Abril 2008)
- SULER, John (1996). «The Psychology of Cyberspace»
<http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html> (Setembro 2008)
- WALKER, Jill (2001). «Do you think you're part of this? Digital texts and the second person address» <http://cybertext.hum.jyu.fi/articles/122.pdf> (Setembro 2008)
- WELLMAN, Barry (1999). «The Network Community: An Introduction to Networks in the Global Village»
<http://www.chass.toronto.edu/~wellman/publications/globalvillage/in.htm> (Setembro 2008)
- _____ *et al.* (2000). «Does the Internet Increase, Ignore, Decrease or Replace Contact with Friends and Relatives? The Evidence from the National Geographic Web Survey» <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/aoir/aoirng00.PDF>
(Setembro 2008)

Glossário

- **Blogue**

“Enquanto a *homepage* continua como um substantivo, a palavra *blogue* rapidamente transformou-se também num verbo” (Torill Mortensen e Jill Walker, 2002:250). Mas que fenómeno dinâmico é, afinal, o *blogue*? Do inglês *weblog* ou *blog*, trata-se de uma página *web* de actualização frequente, normalmente pessoal, onde é possível inserir vários *posts*, que combinam comentários e ligações para outras páginas, e são apresentados numa ordem cronológica inversa, ou seja, os mais recentes surgem no topo da página, enquanto os mais antigos eventualmente desaparecem da página principal e são “arquivados”. Baseia-se na ideia de diário pessoal, mas pode assumir várias versões (desde o registo de experiências íntimas ao registo de eventos colectivos ou até mesmo globais).

É habitual dizer-se que os *blogues* estão na moda²⁶ e que qualquer pessoa tem um ou vários *blogues*. As razões são simples: não é necessário ter conhecimentos aprofundados de programação, existem *online* inúmeras ferramentas que permitem criar *blogues* quase instantaneamente e a sua manutenção é fácil. Além disso, como salientam Elisabete Barbosa e António Granado, os *blogues* reúnem “as principais características da Internet”.

“[Os *blogues*] São utilizados para comunicar, como o correio electrónico; permitem discutir e analisar assuntos, à semelhança dos fóruns de discussão; possibilitam o contacto entre pessoas distantes que partilham ideias e objectivos comuns, como os *chats*; e são facilmente acedidos através da *World Wide Web*.”
(2004:12)

Mas os *blogues* têm, ainda, as suas próprias características. Por um lado, podem ser colectivos ou individuais, consoante os participantes na sua construção e/ou manutenção. Por outro, além de atraírem constantemente novos visitantes, conseguem, por vezes, reunir um conjunto de leitores habituais. De acordo com o assunto abordado pelos seus conteúdos, podem ser categorizados como diários, analíticos ou informativos. E o formato dos próprios conteúdos pode ser diversificado – texto, fotografia, som, vídeo.

De acordo com o estudo «Bloguers e Blogosfera.pt», divulgado em Março de 2008 pelo Obercom, a navegação pela *blogosfera* é ainda incipiente entre os utilizadores portugueses (23,6%). Além disso, apenas 14% construiu e mantém um *blogue*. No entanto, estes dados

²⁶ Segundo o relatório sobre o estado da *blogosfera* de Abril de 2007 (<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>), a cada segundo nascem 1,4 *blogues* e mais de 70 milhões são acompanhados pela Technorati. Em comparação com os *media* tradicionais, os *blogues* tornam-se cada vez mais relevantes para os cibernautas – em 100 *sites* visitados com maior frequência, 22 são *blogues*.

dizem respeito a um inquérito por questionário realizado no segundo trimestre de 2006, pelo que ambos os valores apresentados poderão estar em crescimento.

- ***Instant Messaging Service (IM)***

Muito popular²⁷, o *Instant Messaging Service (IM)* consiste num programa que permite conversar em tempo real através de cada vez mais modalidades: texto, voz, vídeo e telemóvel. “É quase tão perfeito como estar no local!” chegou a ser o *slogan* da página de apresentação do MSN Messenger²⁸. Estes programas oferecem aos utilizadores diversas formas dinâmicas para animar as conversas: bonecos com expressões (os *smileys*, os *buddy icons* ou os *emoticons*²⁹), imagens animadas, sons, jogos, partilha de ficheiros. Para desfrutar de todas as potencialidades, é necessário fazer o respectivo *download*, mas muitos *softwares* já estão disponíveis em versões *web*, que podem ser utilizados a partir de qualquer computador (ou até telemóvel) e sem necessitar de instalação.

A grande diferença em relação ao *IRC* é que não existe um espaço de interacção comum a vários utilizadores, mas um espaço pessoal de interacção individual, onde as conversas normalmente decorrem apenas entre duas pessoas. Todavia, nas versões mais recentes destes programas, já é possível convidar várias pessoas da nossa rede de contactos a intervir numa mesma conversa, formando um grupo.

Um dos primeiros IM foi o ICQ (“I Seek You”), cuja versão inicial foi criada em 1996. A ideia que esteve na sua origem foi interligar pessoas que estavam ligadas à Internet, mas não estavam ligadas entre si. E foi um sucesso: em apenas seis meses, 850 mil pessoas registaram-se no ICQ e esse foi apenas o primeiro de vários recordes alcançados pelo serviço.

A maioria destes serviços está associada a contas de *email* (como, por exemplo, o Google Talk ou o Yahoo! Messenger), o que torna possível criar uma rede de contactos a partir dos endereços de *email* que cada utilizador guarda na sua agenda virtual.

Sempre em evolução, alguns IM já permitem aos utilizadores de serviços diferentes comunicar entre si (por exemplo, nas versões mais recentes, um utilizador do MSN Messenger pode comunicar com um utilizador do Yahoo! Messenger e vice-versa) e recorrem ao protocolo Voz sobre IP (VoIP) – é o caso do Yahoo! Messenger with Voice que disponibiliza chamadas baratas para mais de 30 países.

²⁷ Segundo o estudo Consumidor, da Marktest, 2.173 mil portugueses (residentes no Continente e com 15 ou mais anos) utilizaram o *Instant Messaging* em 2006, o que representa 26,1% do universo observado. Este serviço é preferido sobretudo pelos jovens entre 15 e 17 anos (77% utiliza) e 18 e 24 anos (63,3%).

²⁸ Actualmente, a mensagem disponível em <http://messenger.msn.com/Feature/default.aspx?mkt=pt-pt> é “Mantenha-se em contacto, partilhe e torne todas as conversações interessantes”.

²⁹ Convenções tipográficas que servem para, através de ícones, expressar emoções que, numa conversa presencial, seriam transmitidas pelas expressões faciais ou pelos gestos.

- **Email**

Existente desde 1972³⁰, o correio electrónico permite aos utilizadores enviar mensagens entre si e anexar-lhes ficheiros, como documentos, imagens, vídeos ou programas. As mensagens electrónicas podem ser enviadas, em simultâneo, para um ou inúmeros destinatários, tal como para *mailing lists* que as distribuem pelos seus membros.

Para enviar e receber *emails*, é necessário antes de mais ter um endereço electrónico que, como explica Gustavo Cardoso, baseia-se “na seguinte fórmula: nome do utilizador@nome do computador.país” (1998:47-8). Este endereço funciona ainda como “uma espécie de bilhete de identidade aceite em todo o ciberespaço” (1998:47-8), solicitado para o registo noutros serviços, como a criação de um blogue ou o acesso a um *social networking site*.

De uma forma geral, o *email* caracteriza-se, nas palavras de Dominique Wolton, por ser “pessoal, individual, barato e secreto (...). Além disso, é uma possibilidade de entrar em diálogo com alguém, mais facilmente do que por meio do telefone ou do correio” (1999:272).

Para Nicholas Negroponte, a grande vantagem do *email* é “o facto de não nos interromper, como fazem os telefones” (1996:177), porque não exige a presença simultânea dos utilizadores – as mensagens electrónicas acumulam-se na caixa de correio e o receptor pode consultá-las de acordo com a sua disponibilidade.

Aliás, um dos principais efeitos do *email* na vida dos utilizadores é alterar o ritmo do trabalho e do lazer. “Das nove às cinco, cinco dias por semana, e duas semanas de férias por ano é um esquema que começa a evaporar-se como ritmo dominante da vida dos negócios. As mensagens profissionais começam a andar misturadas com as mensagens pessoais; o domingo não é assim tão diferente da segunda-feira (...). Pessoalmente, prefiro responder ao correio electrónico ao domingo e ficar mais tempo em pijama na segunda-feira”, conclui Negroponte (1996:204).

- **Sites de partilha e discussão**

Os *sites* de partilha e discussão (também conhecidos por fóruns ou *newsgroups*) são ferramentas destinadas a promover debates através de mensagens publicadas por diversas pessoas sobre vários assuntos. Podem ser entendidos uma categoria de jornalismo *online*.

Os *newsgroups* estiveram inicialmente associados ao *Usenet* (do inglês, *Unix User Network*), onde grupos de indivíduos eram organizados hierarquicamente em fóruns diferentes, divididos em áreas temáticas, com diversos tópicos em debate.

³⁰ Data da criação do primeiro programa de correio electrónico por Ray Tomlinson.

Em geral, os utilizadores participam nos *sites* de partilha e discussão através do envio de *posts* para o grupo e da leitura das reacções geradas pelo debate.

De acordo com Gustavo Cardoso, este tipo de serviço “utiliza o potencial da Internet promovendo plataformas para a troca de opiniões e artigos, algumas vezes centrados num tema específico, tal como o activismo antiglobalização – Indymedia – ou notícias sobre tecnologias de informação – Slashdot. Existem também projectos generalistas – como (...) *akademia* na Universidade da Beira Interior – que englobam muitos assuntos de carácter local ou internacional” (2003:145).

- ***Social Networking Sites ou Redes Sociais Online***

Os *Social Networking Sites* (SNS) são serviços que reúnem várias características de ferramentas anteriores (contacto interpessoal, partilha de fotografias e vídeos, blogue, participação em comunidades de interesses, envio e recepção de mensagens, ficheiros, *links* ou eventos) num mesmo espaço e prometem organizar a vida social dos seus utilizadores, através da criação de uma rede de amigos. Os vários serviços existentes definem-se como espaços divertidos, de encontros casuais, que propõe uma nova forma de conhecer pessoas: através das redes de amigos dos seus amigos.

“Who’s in?” é o lema do hi5, que tem grande adesão em Portugal³¹. Estes *sites* são maioritariamente americanos (oriundos da Califórnia) e começaram a surgir no início do novo milénio. Um dos pioneiros (criado em 2003) e mais populares é o MySpace³² (propriedade da News Corporation, de Rupert Murdoch), que possui mais de 30 *sites* derivados. Em 2004, surgiu o MSN Spaces, da Microsoft, que foi integrado nas mais recentes versões do MSN Messenger (permitindo aos seus utilizadores acederem directamente aos MSN Spaces dos seus contactos), e o Ringo, que tentou diferenciar-se por falar a língua de alguns dos seus utilizadores (como o espanhol, o francês e o alemão) e não apenas inglês. Um outro fenómeno de popularidade (sobretudo no Brasil) de 2004 é o *site* Orkut, um serviço filiado do Google³³. Em 2005, foi criado o Yahoo! 360º, que ainda permanece em versão beta. Actualmente, um dos principais nomes das redes sociais na Internet é o Facebook que, apesar de ter sido criado em 2004, só em 2006 é que permitiu um acesso mais global (inicialmente só aceitava utilizadores universitários).

³¹ Desde o último trimestre de 2005 que o endereço www.hi5.com se encontra de forma constante no top 10 de *sites* da análise de audiências de Internet realizado pelo NetPanel, da Markttest. Em Agosto de 2007, o *site* liderou o número de páginas visitadas em Portugal (585 milhões).

³² Nos Estados Unidos, a página inicial www.myspace.com alcançou em Julho de 2006 o primeiro lugar dos *sites* com mais visitas, ultrapassando o Yahoo! Hoje em dia, é o *site* com mais páginas visitadas em todo o mundo.

³³ Em Novembro de 2007, Portugal era o sétimo país do mundo presente neste serviço em termos de utilizadores.

Outro SNS muito divulgado e, por sua vez, diferente dos referidos anteriormente é o YouTube, cujo slogan é “Broadcast yourself”. Fundado em Fevereiro de 2005, este serviço permite aos seus utilizadores publicar, ver e partilhar *clips* de vídeo (“youtuber” é já o novo verbo que designa estas acções), disponibilizando *videoclips* musicais, excertos de filmes ou programas televisivos e conteúdos de *videoblogging* (a modalidade vídeo dos blogues). Em 2006, o www.youtube.com foi um dos domínios com maior índice de crescimento na WWW (entre Janeiro e Julho de 2006 registou um aumento de tráfego de 297%).

Neste universo dos *sites* de vídeo, o número dois (mas ainda relativamente desconhecido pelo público em geral) é o MySpaceTV, que foi criado pela News Corp. e está directamente associado ao MySpace.

Em Portugal, 11% dos cibernautas portugueses usa regularmente um SNS, segundo o estudo «Web 1.5 – As Redes de Sociabilidades entre o email e a Web 2.0», apresentado em Maio de 2008 pelo Obercom. Na sua maioria, são indivíduos do sexo masculino (61%), ainda estudantes (50,9%), com o 9.º ano de escolaridade (48,2%) e idades compreendidas entre os 18 e 24 anos (37,4%).

- **Serviços VoIP (*Voice over Internet Protocol* ou *Voz sobre IP*)**

A tecnologia VoIP converte as chamadas telefónicas em dados que podem ser enviados pela Internet e, no destino, novamente transformados em voz. Ou seja, esta tecnologia permite conversações telefónicas através da Internet.

Um dos serviços VoIP mais populares é o Skype, que permite conversar gratuitamente com outros utilizadores do serviço e telefonar para telemóveis ou rede fixa a baixos custos. Através do SkypeIn, é ainda possível receber chamadas no Skype realizadas a partir de qualquer telefone ou telemóvel no mundo. Sediado no Luxemburgo, este serviço VoIP foi fundado por Niklas Zennström e Janus Friis em 2003.

Tal como o Skype, o alemão VoipBuster é utilizado com frequência pelos internautas portugueses. Fundado em 2005, o VoipBuster fornece um serviço gratuito entre utilizadores que comunicam pelo mesmo *software* e até em ligações a redes fixas de vários países (Portugal incluído). Noutros casos, aplica um tarifário de custos reduzidos.

Existem também alguns serviços VoIP portugueses, como por exemplo o pioneiro Netcall (criado em 2003, contava com 17.500 clientes em 2005), o Iol Talki e o SAPO Messenger. Tal como alguns serviços estrangeiros, o Iol Talki e o SAPO Messenger fornecem ainda IM. No caso do serviço do Sapo, é possível, por exemplo, aceder às contas e aos contactos dos

serviços MSN Messenger e ICQ. Por norma, estes serviços VoIP não permitem chamadas telefónicas para números de emergência.

- ***Second Life***

Lançado em 2003, o *Second Life* (SL) é uma criação da Linden Lab e consiste num mundo virtual em 3D disponível na Internet. Através do programa disponível para *download* no *site* <http://secondlife.com>, qualquer utilizador registado pode tornar-se num “residente” e habitar o mundo virtual, interagindo com outros utilizadores, explorando os múltiplos destinos existentes ou até realizando trocas comerciais. De facto, o SL distingue-se por ser um espaço onde é possível encontrar não só alter egos virtuais, mas empresas reais (lojas de calçado e vestuário desportivo, bancos). Para comprar ou vender no SL, usam-se os *Linden Dollars*, cujo valor equivale à divisa americana.

O *slogan* do SL é “Your World. Your Imagination.”, o que coloca nas mãos dos utilizadores a responsabilidade de imaginarem o desenvolvimento deste ambiente virtual. E os utilizadores parecem gostar da tarefa – o número total de residentes ultrapassa, actualmente, os 12 milhões, embora a média de frequência do SL seja bastante inferior. Além disso, fala-se da economia do SL, na medida em que existem casos de pessoas que abandonaram os seus empregos reais em benefício de uma carreira virtual de sucesso neste mundo alternativo.

Em Portugal, destaca-se a utilização do SL no meio académico, sobretudo pela Universidade de Aveiro (em Setembro de 2007, realizou uma sessão de abertura oficial do ano lectivo na plataforma virtual) e Universidade do Porto, cuja turma de Jornalismo tem aulas em destinos exóticos como Bora Bora.

Anexos

Guião de entrevista

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
- Navega com frequência pela blogosfera?
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
- Se sim, continua a mantê-la?
- O local onde trabalha possui um blogue?
- Se sim, costuma participar nele?
- Acha que é útil para o seu trabalho?

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
- Com que frequência?
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?

c. *Newsgroups* e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
- Frequenta-o habitualmente?
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
- O que o levou a aderir a essa rede?
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?
- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
- Costuma actualizar frequentemente a informação associada ao seu perfil?
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
- Porque utiliza este serviço? Quais são as suas vantagens?
- Faz sobretudo que tipo de chamadas (pessoais, profissionais, nacionais, internacionais)?
- Substituiu a utilização da linha telefónica terrestre por este serviço?
- Considera que o VoIP tem inconvenientes? Se sim, quais?

f. Second Life

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
- Se sim, acede a este serviço com frequência?
- O que o levou a entrar no SL?
- O que costuma fazer quando acede ao SL (conversar com outros utilizadores, desenvolver projectos profissionais, fazer compras, utilizar serviços disponíveis, realizar actividades de lazer)?
- Quando está no SL, faz outras tarefas no computador? Se sim, por exemplo quais?
- Na sua opinião, quais são as vantagens e desvantagens do SL?
- Antes de participar no SL, frequentou algum *MUD* (*Multi-User Domain*), *MOO* (*MUD object-oriented*) ou o *IRC*? Se sim, continua a fazê-lo?

Informação sobre o utilizador – sexo, idade, localidade, formação, ocupação profissional.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal³⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção face a face 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência
		<ul style="list-style-type: none"> • Duração
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal³⁵ 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção mediada 	<ul style="list-style-type: none"> • Acesso
		<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de serviços
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional³⁶ 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção “quase mediada” 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos
		<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades

³⁴ Características que definem quem é o indivíduo na formulação que ele faz de si próprio.

³⁵ Elementos que caracterizam o indivíduo na relação social que estabelece com os outros.

³⁶ Características que distinguem o indivíduo na relação profissional que mantém com os outros.

Entrevistas

Dados dos utilizadores entrevistados entre 17 de Março e 14 de Maio de 2008

	Sexo	Idade	Localidade	Formação	Ocupação Profissional	Resposta
Entrevista 1 ³⁷	Masculino	33 anos	Lisboa	Pós-graduação	Economista	PollDaddy
Entrevista 3 ³⁸	Masculino	26 anos	Lisboa	Licenciatura	Jornalista	<i>Email</i>
Entrevista 4 ³⁹	Feminino	28 anos	Setúbal	Frequência universitária	Estudante	PollDaddy
Entrevista 6 ⁴⁰	Masculino	36 anos	Aveiro	Licenciatura	Professor	PollDaddy
Entrevista 7 ³⁹	Feminino	25 anos	Monchique	12.º Ano	Empregada de escritório	PollDaddy
Entrevista 8 ³⁹	Feminino	30 anos	Cascais	12.º Ano	Desempregada	PollDaddy
Entrevista 12 ⁴⁰	Feminino	30 anos	Barcelos	Licenciatura	Enfermeira	PollDaddy
Entrevista 13 ³⁸	Masculino	52 anos	Montijo	Curso técnico	Responsável pela adjudicação de subempreitadas	<i>Email</i>
Entrevista 16 ³⁸	Masculino	34 anos	Rolhão/Soure	11.º Ano	Supervisor	<i>Email</i>
Entrevista 17 ³⁸	Masculino	61 anos	Ermesinde	Licenciatura	Reformado	<i>Email</i>
Entrevista 18 ⁴⁰	Feminino	31 anos	Lisboa	12.º Ano	Assistente Administrativo	PollDaddy
Entrevista 20 ³⁸	Masculino	26 anos	Leiria	Mestrado	Professor	<i>Email</i>
Entrevista 21 ³⁸	Feminino	31 anos	Vila Nova de Gaia	12.º Ano	Desempregada	<i>Email</i>

³⁷ Contacto via blogosfera – comentário em blogue (*e-mail*)

³⁸ Contacto via blogosfera – autor (*e-mail*)

³⁹ Participação através da blogosfera – leitura de *post* em blogue

⁴⁰ Contacto via blogosfera – autor (comentário)

Em síntese:

- 13 entrevistas completas;
- 7 entrevistas a utilizadores do sexo masculino;
- 6 entrevistas a utilizadores do sexo feminino;
- Utilizadores com idades compreendidas entre os 25 e os 61 anos;
- Por regiões:
 - Lisboa – 6 utilizadores;
 - Centro – 3 utilizador;
 - Norte – 3 utilizador;
 - Algarve – 1 utilizador.
- Por formação:
 - Ensino secundário – 6 utilizadores;
 - Ensino superior – 7 utilizadores.
- Por ferramenta utilizada para resposta:
 - Aplicação do *site* PollDaddy – 7 utilizadores;
 - *Email* – 6 utilizadores.

Nota: Foram consideradas incompletas 8 entrevistas recebidas, por o entrevistado apenas ter respondido a menos de ¼ do inquérito em função das oito categorias e subcategorias propostas.

Entrevistas completas⁴¹ e respectivas fichas de análise

⁴¹ As entrevistas foram transcritas sem edição, ou seja, mantendo as abreviaturas e expressões informais utilizadas pelos entrevistados.

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
mais de 5 horas por dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
email, wikipedia, informação financeira. Porque são mais práticos e rápidos q outras vias de informação
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não. Talvez só dicionário

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue?
Não.
- Porque motivo?
Por falta de interesse.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Pode ser interessante partilhar as nossas opiniões e gerar reacções. Contudo, acho que já se estão a banalizar demais. Está demasiado na moda.
- Navega com frequência pela blogosfera?
Mto, mto raramente.
- Interage com blogues e/ou *bloggers*?
Acho q única vez q coloquei um post foi no Blogário.
- Teve alguma página pessoal? Se sim, continua a mantê-la?
Já tive. Mas desisti.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?

MSN

- Com que frequência? Porque é que utiliza este serviço? Que vantagens lhe oferece? Diariamente. Serve para perder tempo :) ou para falar com pessoal mais distante
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?

Todos os tipos de contactos. Cerca de 40 contactos

- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?

Sim. Claro.

- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio? Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?

Altero com frequência entre nicks e abreviatura de NP. Fotografia tb varia mto.

- Em que local costuma utilizar o IM (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)? Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida é útil, por exemplo, na comunicação com colegas ou na realização de certas tarefas?

Trabalho e em casa. Sim, no trabalho, tb é útil

- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?

Não utilizo.

- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?

Os inconvenientes: perda de tempo e viciante

b. Email

- Quantas contas de *email* utiliza? Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?

3 contas. 1 profissional/pessoal. 1 pessoal. 1 trabalho/msn

- Acede habitualmente ao email em que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?

No trabalho e em casa

- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?

sim e sim

- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?

acesso à distância. facilidade na transmissão de info

- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?

Sim. Normalmente sim.

- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?

Um pouco mais do q o telefone

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?

O "lixo" q se recebe, mm sem ser o spam

- Considera que o contacto face a face com algumas pessoas (amigos, familiares, colegas de escola, de trabalho) foi alterado a partir do momento em que começou a comunicar com elas através do IM (MSN Messenger) ou do *email*? Se sim, de que forma?

Claro! Em alguns casos, comecei a dar-me bastante mais pessoalmente com contactos de email e sobretudo do IM. Mas não "conheci" ninguém com base nessas ferramentas.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?

Não

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual? O que o levou a aderir a essa rede?

Hi5, Myspace. Foi só para ver como funcionava

- Costuma aceder à rede social em que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?

raramente

- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)? Conheceu pessoas novas através deste serviço? Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?

Poucos "adicionamentos". Foi só para testar mm

- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil? Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?

Actualizo com pouca frequência. Não omito dados

- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)? Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?

Fotos. Não há nenhum critério específico, desde q não sejam demasiado pessoais.

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)? Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)? Recebe mensagens e comentários através deste serviço?

Mto raramente

- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?

Para mim: nenhuma. Só criei contas para ver como funcionava e não morrer tão ignorante.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?

não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?

Não

- Antes de participar no SL, frequentou algum *MUD* (*Multi-User Domain*), *MOO* (*MUD object-oriented*) ou o *IRC*? Continua a fazê-lo?

Usei o IRC há mto, mto tempo

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 33 anos, Lisboa, pós-graduado, economista.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal Já teve uma página pessoal na Internet, mas diz que desistiu. Quanto a blogues, manifesta falta de interesse em criar um espaço desse género. Na sua opinião, “pode ser interessante partilhar as nossas opiniões e gerar reacções. Contudo, acho que já se estão a banalizar demais. Está demasiado na moda.” Criou um perfil em duas redes sociais (Hi5, MySpace). Actualiza-o com pouca frequência e diz não omitir dados relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação face a face Considera que, em alguns casos, o contacto através de email e sobretudo IM permitiu-lhe relacionar-se “bastante mais pessoalmente” com certos contactos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência: diária • Duração: mais de 5 horas • Acesso: trabalho (1) e casa (2) • Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Email</i> ○ Enciclopédias (Wikipédia) ○ <i>Sites</i> de informação (financeira)
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal No IM, alterna com frequência entre a utilização de <i>nicknames</i> ou da abreviatura do nome próprio para identificar-se. Também recorre a uma fotografia para se apresentar aos outros, a qual também varia muito. Tem cerca de 40 contactos de “todo o tipo”. Entre as contas de email que utiliza, tem uma exclusivamente pessoal. Aderiu a redes sociais “só para ver como funcionava”. Adicionou poucos “amigos” à sua rede, os suficientes para testar o serviço. Colocou algumas fotografias na rede com o critério de “que não sejam demasiado pessoais”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação mediada Utiliza diariamente o IM (MSN Messenger) “para falar com pessoal mais distante” e considera que, dessa forma, consegue comunicar com mais frequência com os seus contactos. Tem três contas de email. Diz que nunca “conheceu” ninguém através de ferramentas como o <i>email</i> ou o IM. Registou-se em duas redes sociais – Hi5 e MySpace. Mas acede raramente a ambas e só muito raramente interage com outras pessoas através desse serviço. Num passado já distante, utilizou o IRC. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Profissionais e pessoais <i>Email</i> – acesso à distância; facilidade na transmissão de informação IM – falar com pessoas que estão mais distantes;
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional Tem uma conta de email exclusivamente profissional. Envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa e <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho. De resto, o <i>email</i> é uma ferramenta de trabalho frequente – utiliza-o “um pouco mais” “do que o telefone” no contacto com 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação “quase mediada” Muito raramente navega na blogosfera e só uma vez interagiu com um blogue, através de um comentário. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ estes serviços “são mais práticos e rápidos que outras vias de informação”, pelo que substituiu a consulta do dicionário ○ Contacta mais frequentemente com as pessoas na lista do seu IM via este serviço do que através do telefone ou do <i>email</i>. ○ Normalmente prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta.

<p>colegas. Tem ainda uma conta de <i>email</i> que utiliza com o IM e que também associa ao trabalho. Considera que o IM também é uma ferramenta útil a este nível.</p>		
---	--	--

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Cerca de oito horas por dia. Aos fins-de-semana menos horas, a rondas as três a quatro horas.
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
O motor de busca Google, o iGoogle, blogues variados, Blogger (para escrever nos meus blogues), sites de informação diversos, portais de vídeos como Youtube e Sapo Vídeos, Messenger, agregadores de feeds como o Bloglines, etc. Utilizo-os por motivos profissionais e para entretenimento pessoal.
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Sim, conversas por telefone passaram a ser mais feitas por Messenger, bem como as mensagens de texto de telemóvel que diminuíram bastante. Deixei de ver televisão com tanta frequência e preferir vídeos da Internet, séries tiradas da Internet por download e vistas no computador, sites, etc.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Acedo do trabalho e de casa.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim, criei vários. Senti necessidade de mostrar um pouco de mim a outros e a mim próprio no futuro.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Actualizo blogues diariamente ou dia sim, dia não.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Assuntos generalistas, desde notícias do dia, cultura, tecnologias novas, ecologia. Entrevistas, opiniões pessoais, poemas, fotografias, vídeos.

- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
A desvantagem é, claramente, a exposição que se tem que pode causar incómodos por termos opiniões contrárias aos outros, por podermos estar a ofender pessoas ou grupos de pessoas, ou porque podemos ser mal interpretados no que dizemos. As vantagens são que essa exposição pode fazer mais pessoas identificarem-se connosco e que temos um meio de registar o que pensamos sobre assuntos.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Sim, alguns.
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Controlo, com o Site Meter.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Conheço algumas que visitam e comentam.
- Navega com frequência pela blogosfera?
Muita frequência, diariamente.
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sim, deixando comentários e remetendo links para outros blogues.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não, mas já teve.
- Acha que é útil para o seu trabalho?
Talvez fosse.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Sim, o Meessenger.
- Com que frequência?

Diariamente.

- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Conversar com amigos e colegas de trabalho. Evitar ter de utilizar o telemóvel.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Amigos, familiares, colegas de faculdade, profissionais. Tenho mais de 100.
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Sim, consigo falar com os meus contactos com mais frequência pelo Messenger.
- Utiliza um *nickname* (algunha) ou o seu nome próprio?
Um nickname.
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
De alguma situação que me agrada e não de mim próprio.
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Permite-me comunicar mais facilmente, incluindo poder ficar a saber de notícias que aconteceram mais rapidamente e partilhar ficheiros com mais facilidade.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Só para enviar ficheiros e imagens.
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Ter muita publicidade e nem sempre o que dizemos é bem interpretado, visto que é meramente escrito.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
Quatro, regularmente.
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Tenho um endereço para contactos pessoais e outro diferente para profissionais.

- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Sim, em ambos os casos.
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
É uma ferramenta fundamental para manter-me sempre em contacto com quem tem email, inclusive comigo próprio pelo email do trabalho.
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Muitas vezes sim, prefiro.
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
Costumo utilizá-lo frequentemente, utilizo-o mais do que o telefone.
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
Sim, permite transmitir mais facilmente vírus de computador.
- Considera que o contacto face a face com algumas pessoas (amigos, familiares, colegas de escola, de trabalho) foi alterado a partir do momento em que começou a comunicar com elas através do IM ou do *email*? Se sim, de que forma?
Sim, foi alterado com algumas pessoas. Houve pessoas que passei e conhecer melhor ou de modo diferente. Outras facetas e aspectos particulares. Houve relações que mudaram para melhor ou para pior.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
Sim, um newsgroup de uma banda.
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
Por gostar da banda.
- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
Não.
- Frequenta-o habitualmente?
Não, de vez em quando.

- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
Costumo só ler.
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
Manter-nos actualizados e poder comunicar e conhecer um grupo de pessoas com as mesmas preferências.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
Sim, Hi5 e Youtube.
- O que o levou a aderir a essa rede?
Os amigos.
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
Amigos, familiares, colegas de faculdade.
- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?
Não conheci pessoas novas.
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
Pessoas que conheço ou que conhecem pessoas que conheço.
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?
Não, muito raramente.
- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
Só omito algumas características físicas e apenas por brincadeira.
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
Álbuns de fotos e vídeos.
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
Coloco fotos tiradas por mim e raramente coloco fotos comigo. Os critérios passam por não me expor demasiado.

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Costumo.
- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Raramente e só conhecidas.
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
Raramente.
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
As vantagens é encontrar pessoas que conhecemos mas não vemos há muito e sabermos por onde andam. E ainda conhecer pessoas novas. As desvantagens são expormo-nos demasiado.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
Já utilizei o Sapo Messenger.
- Porque utiliza este serviço? Quais são as suas vantagens?
Podia fazer chamadas telefónicas gratuitas.
- Faz sobretudo que tipo de chamadas (pessoais, profissionais, nacionais, internacionais)?
Fazia chamadas pessoais.
- Substituiu a utilização da linha telefónica terrestre por este serviço?
Não.
- Considera que o VoIP tem inconvenientes? Se sim, quais?
Sim, estar dependente do computador e da Internet é uma desvantagem.

f. Second Life

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Sim.
- Se sim, acede a este serviço com frequência?
Raramente.

- O que o levou a entrar no SL?
Amigos.
- O que costuma fazer quando acede ao SL (conversar com outros utilizadores, desenvolver projectos profissionais, fazer compras, utilizar serviços disponíveis, realizar actividades de lazer)?
Passear.
- Quando está no SL, faz outras tarefas no computador? Se sim, por exemplo quais?
Vejo sites diversos.
- Na sua opinião, quais são as vantagens e desvantagens do SL?
Parece demorar muito tempo a fazer-se qualquer coisa e ter gráficos limitados. É pouco divertido.
- Teve alguma experiência significativa no SL de que se recorde?
Tive uma experiência de contacto com os outros que me pareceu boa, porque há pessoas dispostas a ajudar. Mesmo assim não fiquei muito fã do SL.
- Antes de participar no SL, frequentou algum *MUD (Multi-User Domain)*, *MOO (MUD object-oriented)* ou o *IRC*? Se sim, continua a fazê-lo?
Sim, o IRC é um MUD com o Trivial Pursuit. Já não utilizo.

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 26 anos, Lisboa, licenciatura, jornalista

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou vários blogues – “Senti necessidade de mostrar um pouco de mim a outros e a mim próprio no futuro”. Os assuntos abordados são: generalistas, desde notícias do dia, cultura, tecnologias novas, ecologia. Também inclui entrevistas, opiniões pessoais, poemas, fotografias, vídeos. Na sua opinião, estas ferramentas são “um meio de registar o que pensamos sobre assuntos”. Considera como desvantagem a exposição – “pode causar incómodos por termos opiniões contrárias aos outros, por podermos estar a ofender pessoas ou grupos de pessoas, ou porque podemos ser mal interpretados no que dizemos”. Contudo, também pensa que “essa exposição pode fazer mais pessoas identificarem-se connosco”. Criou um perfil no Hi5. Diz que muito raramente o actualiza e que, nele, omite algumas características físicas (“apenas por brincadeira”). 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção face a face Considera que o contacto face a face foi alterado com algumas pessoas após comunicar com elas através do IM ou do email. “Houve pessoas que passei e conhecer melhor ou de modo diferente. Outras facetas e aspectos particulares. Houve relações que mudaram para melhor ou para pior.” 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária Duração: oito horas Acesso: trabalho (1) e casa (2)
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, apresenta-se com <i>nickname</i> e fotografia. O seu critério de escolha da fotografia é ser “de alguma situação que me agrada e não de mim próprio”. Reúne mais de 100 contactos que se dividem entre amigos, familiares, colegas de faculdade e profissionais. Considera que uma das suas desvantagens é o facto de “nem sempre o que dizemos ser bem interpretado, visto ser meramente escrito”. Utiliza uma conta de email só para contactos pessoais. É “uma ferramenta fundamental para manter-me sempre em contacto com 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção mediada Utiliza diariamente o IM para conversar com amigos e colegas de trabalho. Recorre à ferramenta de envio de ficheiros e imagens (nomeadamente para objectivos profissionais). Utiliza quatro contas de email regularmente. Frequenta “de vez em quando” um newsgroup de uma banda como <i>hobby</i> (gosta da banda). Costuma sobretudo ler as mensagens, sem participar activamente. Está registado em duas redes sociais: Hi5 e YouTube. Considera que uma das suas vantagens é permitir conhecer pessoas novas. Mas, no seu caso, isso não aconteceu. Utiliza os serviços de álbuns de fotografias e partilha de vídeos e costuma visitar perfis de outras pessoas, mas raramente deixa comentários e só em pessoas conhecidas. Raramente recebe mensagens. No passado, utilizou um serviço VoIP (Sapo Messenger), porque podia fazer chamadas gratuitas. Essas chamadas eram pessoais. Está inscrito no Second Life, mas raramente acede ao serviço. Quando o faz, passeia. Teve uma experiência de contacto com outras pessoas que 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> Motor de busca (Google, iGoogle) Blogues e respectivas ferramentas (Blogger) Sites de informação Portais de vídeos (YouTube, Sapo Vídeos) IM (MSN Messenger) Agregadores de <i>feeds</i> (Bloglines)

<p>quem tem <i>email</i>, inclusive comigo próprio pelo <i>email</i> do trabalho”.</p> <p>O principal incentivo na adesão a redes sociais foram os amigos. Adicionou amigos, familiares e colegas de faculdade ao seu perfil e usa, como critério para adicionar pessoas, o facto de conhecê-las ou dessas conhecerem alguém que também conhece. Coloca, na rede, fotos tiradas por si e raramente coloca fotos suas. Tenta não se expor demasiado. Considera o excesso de exposição como principal desvantagem das redes sociais.</p> <p>O registo no <i>Second Life</i> foi igualmente motivado por amigos.</p>	<p>considerou boa – “há pessoas dispostas a ajudar” – , mas não foi o suficiente para motivá-lo a utilizar o serviço. “É pouco divertido”, afirma.</p> <p>No passado, utilizou o IRC e um MUD do Trivial Pursuit, mas já não o faz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Profissionais e pessoais <ul style="list-style-type: none"> IM – permite-lhe comunicar mais facilmente com amigos e colegas de trabalho Email – fundamental para estar sempre em contacto ○ Pessoais <ul style="list-style-type: none"> Em geral – entretenimento pessoal Blogues – mostrar-se aos outros e criar uma espécie de arquivo para o futuro; um meio de registar o que pensa <i>Newsgroup</i> – manter-se actualizado e conhecer/comunicar com pessoas com as mesmas preferências Redes sociais – encontrar pessoas que conhece e que não vê há muito tempo e não sabe por onde andam.
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional <p>Considera que o IM também é útil no trabalho por lhe permitir comunicar mais facilmente (ficar a saber de notícias mais rapidamente, partilhar ficheiros com mais facilidade).</p> <p>Tem uma conta de <i>email</i> só para contactos profissionais. Afirma enviar <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho e <i>emails</i> profissionais a partir de casa. No seu contexto de trabalho, o <i>email</i> é uma ferramenta que usa frequentemente para contactar com os colegas (mais do que o telefone).</p> <p>No passado, o seu local de trabalho teve um blogue. Na sua opinião, essa ferramenta “talvez fosse” útil no seu quotidiano profissional.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção “quase mediada” <p>Actualiza os seus blogues diariamente ou quase (“dia sim, dia não”). Costuma receber alguns comentários aos <i>posts</i> que publica.</p> <p>Quanto a visitantes, afirma conhecer algumas das pessoas que visitam e comentam os seus blogues.</p> <p>Revela preocupação com esse facto ao controlar o número de visitantes com a ferramenta Site Meter.</p> <p>Navega diariamente pela blogosfera e costuma interagir com outros blogues através de comentários ou da sugestão de <i>links</i>.</p> 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Conversas por telefone passaram a ser mais feitas por IM, bem como as mensagens de texto de telemóvel que diminuíram bastante. ○ Substituiu parte do tempo que dedicava à televisão por vídeos na Internet, <i>downloads</i> de séries e consulta de sites. ○ Consegue falar com mais frequência com os seus contactos pelo IM do que através do telefone ou do <i>email</i>. ○ Prefere muitas vezes enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta. ○ Em contexto de trabalho, utiliza mais o <i>email</i> do que o telefone no contacto com os colegas. ○ Utilizou um serviço VoIP no passado, mas não substituiu a rede fixa pelo VoIP. Considera que “estar dependente do computador e da Internet é uma desvantagem”. ○ Ao mesmo tempo que utiliza o <i>Second Life</i>, costuma ver <i>sites</i> diversos.
--	--	--

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
3 horas diárias, em média
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
msn, para falar com amigos e familiares, blogs, outlook express, para ver o correio
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
ver televisão, por vezes até ler...
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
casa

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
sim, para mostrar as minhas ideias
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
sim, semanal
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
dia-a-dia, culinária
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
mostrar as minhas ideias, essas mesmas ideias poderem ser copiadas
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
pontualmente sim
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue? Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
conheço, controlo visitantes
- Navega com frequência pela blogosfera?
com muita frequência

- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
interajo sim
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
sim
- Se sim, continua a mantê-la?
mantenho
- O local onde trabalha possui um blogue?
não

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
utilizo o msn messenger
- Com que frequência?
todos os dias
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
permite-me falar com familiares que moram longe e com amigos que já não vejo há muitos anos.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
amigos, familiares, colegas de faculdade, menos de 25.
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
sim
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
nickname, nos blogues, no msn nome.
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
no msn sim, de rosto, nos outros não.

- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
não utilizo
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
sim, pontualmente
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
poder "apanhar" vírus informáticos, devido ao uso dessa ferramenta.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
2
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
tenho contas distintas para esses contactos
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
não
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
rapidez no envio de documentos
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
não, prefiro falar sempre que possível.
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente?
não
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
propagação de vírus, divulgação do meu email através de reenvio de emails.

c. *Newsgroups* e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
visito pontualmente alguns, mas não entro nas suas discussões, fórum sons.

- Quais as razões que o levaram a participar nele?
gosto pela música
- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
não
- Frequenta-o habitualmente?
pontualmente
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
prefiro apenas ler
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
dispersão nas respostas aos tópicos, desrespeito pela opinião dos outros, no entanto são óptimas ferramentas de actualização de informação

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
sim, hi5, youtube.
- O que o levou a aderir a essa rede?
amigos que têm perfil no hi5, encontrar amizades perdidas.
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
associei amigos, familiares e colegas de escola
- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?
não no hi5, mas já conheci através de salas de chat.
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
o critério para adicionar amigos é que os mesmos sejam amigos reais.
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?
actualizo pontualmente
- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
revelo idade, estado civil e sexo. omito porque não me quero expôr

- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
N.R.
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
não coloco fotos minhas a não ser no msn
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
visito, quem conheço envio comentários.
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
pontualmente
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
ver ou rever pessoas, poder receber vírus através dessa rede

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
sim
- Se sim, acede a este serviço com frequência?
muito pontualmente
- O que o levou a entrar no SL?
curiosidade, porque estou a começar a redigir uma tese sobre identidade na internet
- O que costuma fazer quando acede ao SL (conversar com outros utilizadores, desenvolver projectos profissionais, fazer compras, utilizar serviços disponíveis, realizar actividades de lazer)?
conversar com outros utilizadores, por forma a receber informação útil para a minha pesquisa

- Quando está no SL, faz outras tarefas no computador? Se sim, por exemplo quais? como vou lá por pouco tempo, visto que dou mais importância a outros sites para a minha pesquisa, fico-me só pelo *second life*.
- Na sua opinião, quais são as vantagens e desvantagens do SL?
N.R.
- Antes de participar no SL, frequentou algum *MUD (Multi-User Domain)*, *MOO (MUD object-oriented)* ou o *IRC*? Se sim, continua a fazê-lo?
sim, mas não continuo a fazê-lo
- **Comentário:**
Frequentei salas de chat, bem como outros sítios na internet, antes de me decidir a realizar um projecto nesta área. De facto, a minha curiosidade em conhecer novas coisas neste mundo virtual aumentou, a partir do momento em que escolhi a internet como tema para o meu projecto de investigação.

Informação sobre o utilizador: sexo feminino, 28 anos, Setúbal, frequência do último ano de licenciatura, estudante.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal Criou um blogue para mostrar as suas ideias. Utiliza um <i>nickname</i> para identificar-se. Os temas do blogue são o dia-a-dia e culinária. Considera, no entanto, que ao colocar as suas ideias no blogue, essas podem ser copiadas. Antes de ter um blogue, teve uma página pessoal e continua a mantê-la. Criou um perfil em redes sociais, que actualiza pontualmente. Nele, revela a idade, o estado civil e o sexo. Omite outros dados porque não se quer expor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação face a face 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência: diária • Duração: 3 horas • Acesso: Casa • Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> ○ IM (MSN Messenger) ○ Blogues ○ <i>Email</i> (Outlook Express)
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal No IM, apresenta-se com o seu nome e uma fotografia de rosto. Os contactos que reúne no IM são inferiores a 25 e subdividem-se em amigos, familiares e colegas de faculdade. Utiliza uma conta de <i>email</i> só para contactos pessoais. Preocupa-se com a divulgação do seu endereço de <i>email</i> através do reenvio de <i>emails</i> posteriores. A adesão a redes sociais foi motivada por amigos com perfil no Hi5 e pela possibilidade de “encontrar amizades perdidas”. Associou ao seu perfil amigos, familiares e colegas de escola. O seu critério de escolha de “amizades” na rede é serem “amigos reais”. Quanto a fotografias, diz que só usa fotos suas no IM. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação mediada Utiliza o IM todos os dias. Este serviço permite-lhe “falar com familiares que moram longe e com amigos que já não vejo há muitos anos”. Pontualmente utiliza as outras ferramentas disponibilizadas pelo IM (envio de ficheiros ou imagens, jogos). Tem duas contas de <i>email</i>. Visita pontualmente alguns sites de partilha e discussão como <i>hobby</i> (“gosto pela música”). Prefere apenas ler as mensagens – “não entro nas suas discussões”. Um dos factores é o “desrespeito pela opinião dos outros”. Registou-se em duas redes sociais (Hi5 e YouTube). Não conheceu pessoas novas através do Hi5, mas diz que já o fez antes, através de salas de <i>chat</i>. Costuma visitar perfis de outras pessoas na rede e, a quem conhece, envia comentários. Recebe mensagens e comentários através deste serviço pontualmente. Acede muito pontualmente ao <i>Second Life</i> e passa pouco tempo no serviço. Conversa 	

	<p>com outros utilizadores, de modo a receber informação útil para a sua pesquisa de tese.</p> <p>No passado, frequentou o IRC e salas de <i>chat</i>, mas não continua a fazê-lo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Pessoais e profissionais <i>Email</i> – rapidez no envio de documentos ○ Pessoais IM – falar com amigos e familiares Blogue – mostrar as suas ideias Fóruns – actualizar informação Redes sociais – encontrar amizades perdidas ○ Profissionais <i>Second Life</i> – pesquisar para tese sobre identidade na Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional Utiliza uma conta de <i>email</i> só para contactos profissionais. Registou-se no <i>Second Life</i> por curiosidade, devido a estar a redigir uma tese sobre identidade na Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação “quase mediada” Actualiza o blogue semanalmente. Recebe pontualmente comentários aos seus <i>posts</i>. Conhece os seus visitantes e usa uma ferramenta para controlar as visitas do blogue. Navega com muita frequência pela blogosfera e interage com outros blogues/<i>bloggers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Substituiu ver televisão e, por vezes, ler pela utilização da Internet. ○ Considera que consegue falar com mais frequência com alguns contactos por IM do que por telefone ou <i>email</i>. ○ Sempre que possível prefere falar com um contacto (por exemplo, através do telefone) a enviar um <i>email</i>.

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
3 horas/dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Bancos. É mais rápido e prático.
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Sim! Vejo menos televisão...
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Casa, trabalho.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim! Diversão, passatempo.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim! Sempre que posso (pelo menos uma vez por semana)
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Cinema e futebol.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Liberdade de expressão (que tanto pode funcionar como vantagem como desvantagem); diversão... Principal desvantagem é o tempo que ocupa manter um blogue...
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Raramente...
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Controlo através do Google Analytics

- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Não!
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sempre que posso.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não!
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não!

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Muito raramente... MSN Messenger
- Com que frequência? Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Utilizava-o sobretudo para comunicar com um amigo que estava nos EUA, mas desde que ele regressou praticamente deixei de usar.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Poquíssimos... 3 ou 4 contactos de amigos
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Não
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
Nickname
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Não
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Não uso

- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Por vezes jogar jogos

- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
N.R.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
conta do trabalho mais o gmail
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Tendencialmente sim, embora por vezes se misturem
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Tento evitar, mas nem sempre consigo
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
Fácil de usar, eficiente, rápido, barato,...
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Sim
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
Sim! Muito mais do que o telefone
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
SPAM! e eventual controle de mensagens por terceiros...

c. *Newsgroups* e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
Sim... Essencialmente ligados a futebol e a cinema...
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
Paixão por aquelas duas actividades

- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
Não
- Frequenta-o habitualmente?
Sempre que posso
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
Essencialmente ler... Escrever é mais raro...
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
Acima de tudo perceber a opinião de diferentes pessoas sobre diferentes assuntos; a principal desvantagem existe quando não há moderadores: aqui somos "obrigados" a ler barbaridades inaceitáveis.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
Não

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
Não!

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Não!

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 36 anos, Aveiro, Licenciado, Professor.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou um blogue por “diversão, passatempo”. Os temas são cinema e futebol. Considera que “o tempo que ocupa” mantê-lo é a sua principal desvantagem. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, reúne apenas 3 ou 4 contactos de amigos. Apresenta-se com um <i>nickname</i>, sem fotografia. No email, tenta separar os contactos pessoais dos contactos profissionais, “embora por vezes se misturem”. Preocupa-o o “eventual controlo de mensagens por terceiros”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação mediada Utiliza muito raramente o IM (MSN Messenger). “Utilizava-o sobretudo para comunicar com um amigo que estava nos EUA, mas desde que ele regressou praticamente deixei de usar.” Em relação a ferramentas do IM, por vezes joga jogos. Tem duas contas de email (trabalho e Gmail). Pertence a fóruns de discussão ligados ao futebol e ao cinema (motivado pela “paixão” que tem pelas duas actividades). Frequenta-os como <i>hobby</i> “sempre que pode”. Quanto a participação, “essencialmente” lê as mensagens. “Escrever é mais raro.” Considera que se não houver moderadores, é negativo – “somos ‘obrigados’ a ler barbaridades inaceitáveis”. 	<ul style="list-style-type: none"> Duração: 3 horas Acesso: casa (1) e trabalho (2) Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> Sites bancários
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional Não usa o IM no trabalho. No email, tenta separar os contactos profissionais dos contactos pessoais, “embora por vezes se misturem”. Evita enviar <i>emails</i> profissionais a partir de casa e <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho, mas nem sempre consegue. No trabalho, o email é uma ferramenta frequente – usa-o para contactar colegas mais do que o telefone. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação “quase mediada” Actualiza o seu blogue sempre que pode (“pelo menos uma vez por semana”). Raramente recebe comentários e não conhece as pessoas que visitam o blogue. Utiliza o Google Analytics para controlar os visitantes. Sempre que pode navega pela blogosfera e interage com outros blogues. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais e profissionais <i>Email</i> – facilidade de utilização, eficiência, rapidez, baixo custo Pessoais <i>Sites</i> bancários – maior rapidez e mais facilidade no acesso ao banco Blogues – liberdade de expressão e diversão Fóruns – perceber a opinião de diferentes pessoas sobre diferentes assuntos Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> Com a utilização da Internet passou a ver menos televisão Prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou a enviar uma carta

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Cinco, seis horas diárias. Talvez menos.
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
O mail e o msn. O mail porque faz parte do meu trabalho e o msn porque estou sempre em contacto com os meus amigos.
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Trabalho.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim. Criei um blog há pouco tempo, porque é uma forma de partilhar aquilo que escrevo sem impor nada a ninguém.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim. Diariamente.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Tudo aquilo que assumo de alguma forma, importância para mim e para a minha vida, incluindo textos inéditos que vou escrevendo.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Estarmos cada vez mais num mundo mais globalizado e os blogs são uma forma de participar nele, partilhando as nossas opiniões sem qualquer tipo de pressões ou restrições e isso é vantajoso. As desvantagens, como qualquer coisa, passa por utilizar este tipo de tecnologia para causar dano aos outros, para uso indevido.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Poucos.

- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Controlo.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Não conheço as pessoas que visitam.
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Pouco.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Sim. O Messenger⁴².
- Com que frequência? Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Frequentemente. Estou sempre em contacto com aqueles que me são mais próximos.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Amigos, Família, outros - entre 25 a 50.
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
sim.

⁴² Refere “msn” em respostas anteriores (ver “Utilização da Internet”).

- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
nome próprio.
- Tem uma fotografia?
Nao tenho
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Estou sempre em contacto com aqueles que me são mais próximos.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Raramente.
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Não encontro inconvenientes.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
Três.
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Todos na mesma.
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Sim.
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
A rapidez e o facto de ser praticamente gratuito.
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Sim.
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
Sim. Menos que o telefone.
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
Sim. Principalmente a transmissão de virus, através de contactos que conhecemos.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)?
Não.
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
Não tenho opinião. Não costumo utilizar.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
Hi5
- O que o levou a aderir a essa rede?
Indicação dos meus amigos.
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
Todos os acima mencionados.
- Conheceu pessoas novas através deste serviço?
Não.
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
N.R.
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil? Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)?
Não.
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)? Coloca na rede fotos suas?
Não.
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Costumo visitar, mas não deixo comentários.

- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?

Raramente.

- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?

A exposição pública.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?

Não.

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?

Não.

Informação sobre o utilizador: sexo feminino, 25, Monchique, 12.º ano, empregada de escritório.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou um blogue recentemente – “é uma forma de partilhar aquilo que escrevo sem impor nada a ninguém.” Aborda “tudo aquilo que assuma, de alguma forma, importância” para si e para a sua vida; publica textos inéditos. Teme que se possa usar esta tecnologia para causar dano aos outros. Criou um perfil no Hi5, que não costuma actualizar, nem omite nele nenhum dado relevante sobre si. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária Duração: 5/6 horas Acesso: trabalho Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> IM (MSN Messenger)
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, reúne entre 25 a 50 contactos de amigos, família e outras pessoas. Apresenta-se com o nome próprio e sem fotografia. Apesar de ter várias contas de <i>email</i>, não distingue os contactos pessoais dos profissionais. Aderiu ao Hi5 por indicação dos amigos. Associou ao seu perfil amigos, familiares, contactos profissionais, colegas de escola, entre outros. Não coloca fotografias suas na rede. Considera que a exposição pública deste tipo de serviço é a sua principal desvantagem. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção mediada Utiliza o IM frequentemente. “Estou sempre em contacto com aqueles que me são mais próximos.” Raramente utiliza as ferramentas associadas ao serviço (envio de ficheiros e imagens, jogos). Tem três contas de <i>email</i>. Registou-se no Hi5. Não conheceu pessoas novas, nem utiliza os serviços associados. Costuma visitar perfis de outras pessoas, mas não deixa comentários. Raramente recebe mensagens e comentários através da rede. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais IM – estar sempre em contacto com os amigos Blogues – uma forma de participar no mundo global, “partilhando as nossas opiniões sem qualquer tipo de pressões ou restrições” Profissionais e pessoais <i>Email</i> – comunicar com rapidez e de forma praticamente gratuita
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional Apesar de ter várias contas de <i>email</i>, reúne os contactos pessoais e profissionais na mesma conta. Envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa e <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho. Considera que esta ferramenta faz parte do seu quotidiano profissional, usa-a frequentemente, mas menos do que o telefone. Também utiliza o IM no trabalho, mas apenas para estar sempre em contacto com pessoas próximas. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção “quase mediada” Actualiza o blogue diariamente. Recebe poucos comentários e não conhece quem visita o blogue. Mas controla os visitantes. Navega pouco pela blogosfera, assim como interage com outros <i>bloggers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> Não substituiu outras actividades pela utilização da Internet Consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através do telefone ou do <i>email</i> Prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Umás três horas
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
o blog, o hotmail o blog, porque é o meu espaço e o hotmail, porque é onde recebo os emails
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Casa

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim tenho um blog,
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim , todos os dias
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Diversos
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Não vejo desvantagens
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Sim
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue? Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Conheço duas, e não controlo

- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?

Sim

- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?

Não

- O local onde trabalha possui um blogue?

Não tem

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger?

Não

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?

Duas

- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?

Todos no mesmo

- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?

Não

- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?

N.R.

- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?

Não

- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?

Mais o telefone

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?

Sim receber publicidade

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?

Não

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?

Sim o h5

- O que o levou a aderir a essa rede?

Já nem me lembro já o tenho há tanto tempo...

- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?

Amigos

- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?

Conheci mas não mantenho contacto

- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?

N.R.

- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?

Não costumo actualizar

- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?

N.R.

- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)? Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?

Sim utilizo, uso as que acho que estão melhor

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?

Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?

Só visito o dos amigos e deixo comentários

- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?

Sim

- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?

Vantagens são manter contacto com amigos que estão longe.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?

Não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?

Não, nem sei o que é isso

Informação sobre o utilizador: sexo feminino, 30 anos, Cascais, 12.º ano, desempregada.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal Tem um blogue. “É o meu espaço.” Aborda assuntos diversos. No perfil que criou no Hi5, não costuma actualizar a informação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção face a face 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência: diária • Duração: 3 horas • Acesso: casa
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal Ao utilizar o email, não distingue entre contactos pessoais e profissionais. No Hi5, associou ao seu perfil contactos de amigos. Coloca fotos na rede e o critério de selecção são as que considera “que estão melhor”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção mediada Tem duas contas de email. Registou-se no Hi5. Conheceu pessoas novas através da rede social, mas não mantém contacto com elas. Apenas visita o perfil de amigos e costuma deixar comentários. Também recebe mensagens e comentários. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> ○ Blogue ○ <i>Email</i> (Hotmail)
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional No email, reúne todos os contactos (pessoais e profissionais) na mesma conta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção “quase mediada” Actualiza o blogue diariamente. Costuma receber comentários e apenas conhece duas pessoas que visitam o seu blogue. Não controla os visitantes. Navega pela blogosfera e interage com outros <i>bloggers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Pessoais Hi5 – manter contacto com amigos que estão longe • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Não substituiu outras actividades pela utilização da Internet ○ Não prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou escrever uma carta. Usa mais o telefone.

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Em média, duas horas por dia e três a quatro vezes por semana.
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Serviços bancários porque permitem uma maior comodidade. Correio electrónico por necessidade. Pesquisa
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Casa e trabalho.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Já criei, e também já participei. O motivo é essencialmente porque gosto de conhecer outras pessoas e partilhar pontos de vista.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Como criei há pouco, ainda não me habituei. Mas vou tentar.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Comecei com um ponto de vista sobre a vida, mas poderei falar sobre qualquer coisa. Depende dos interlocutores.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Vantagens: a maior vantagem é que podemos falar de nós sem que os outros saibam quem somos. Desvantagens: é muito impessoal porque se perde alguma da riqueza da comunicação.

- Costuma receber comentários aos posts que escreve?
Ainda recebi poucos porque o blog é recente, mas fiquei surpreendida com a rapidez que o encontraram.
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)? Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Não
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Quando o tempo me permite, sim.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Sim, o MSN Messenger
- Com que frequência?
RARAMENTE pois prefiro outras formas de comunicar com os amigos
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
N.R.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Mantenho nela amigos, familiares e colegas de escola. São menos de 25
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Não

- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
O nome próprio
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Sim. Só o rosto
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Não utilizo
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
raramente
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Perde-se grande parte de riqueza da comunicação, mesmo utilizando os vários recursos

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
três
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
reúno os dois tipos
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
a partir de casa
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
a rapidez com que se transmite a informação
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
depende da situação, mas geralmente associo o mail com o telefone
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
não utilizo o mail no trabalho. só o telefone

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
não lhe encontro inconvenientes

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
não
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
parece-me que são interessantes para passar o tempo, mas não tenho muita paciência para isso

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
Hi5
- O que o levou a aderir a essa rede?
curiosidade
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
Associei amigos, familiares, colegas de escola e de trabalho.
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
Geralmente só aceito a pessoa se conhecer
- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?
conheci pessoas novas e reencontrei algumas que tinha perdido o contacto. Não uso muito
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil? Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
Actualizo de vez em quando e não omito dados pessoais
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widjets*)? Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?

Utilizo álbuns de fotos e músicas. As fotos que escolho são as que penso que me definem melhor, assim como as músicas.

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Quando tenho disponibilidade, visito várias pessoas, mas só escrevo nos conhecidos
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
sim
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
Vantagens: Conhecer pessoas novas e manter contacto quando a distância é um factor a considerar
Desvantagens: Não é muito pessoal

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?
Não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Não, mas tenho curiosidade

Outras perguntas

- No seu quotidiano, como prefere comunicar com os outros?
No meu quotidiano prefiro comunicar com os outros face a face ou por telefone, embora em algumas situações o email seja uma boa ajuda, como é o caso de assuntos delicados que não é fácil iniciar face a face. Mas só mesmo para introduzir o tema; depois prefiro o contacto pessoal.
- Acha que a sua utilização da Internet contribuiu para melhorar as suas relações face a face ou não teve qualquer interferência?
Considero que a Internet serviu para contactar pessoas que habitualmente não encontro face a face. Mas, nas situações habituais de pessoas com que vou contactando regularmente, não teve interferência.

Informação sobre o utilizador: sexo feminino, 30, Barcelos, licenciatura e enfermeira.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou recentemente um blogue. Assumi nele “um ponto de vista sobre a vida”, mas admite falar sobre “qualquer coisa”. “Depende dos interlocutores.” Considera, como vantagem, poder falar de si própria sem que os outros saibam quem é. No entanto, pensa que o blogue “é muito impessoal, porque se perde alguma riqueza da comunicação”. Tem um perfil no Hi5 que actualiza de vez em quando e no qual não omite dados pessoais. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção face a face Por vezes, recorre ao <i>email</i> para despoletar um encontro face a face – “é o caso de assuntos delicados que não é fácil iniciar face e face”. “Mas só mesmo para introduzir o tema; depois prefiro o contacto pessoal.” Considera que o uso da Internet apenas melhorou o contacto com pessoas que habitualmente não encontra presencialmente. Nos outros casos, não teve interferência. 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: 3 a 4 vezes por semana Duração: 2 horas Acesso: casa (1) e trabalho (2) Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> Sites bancários Email Motores de busca
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, reúne menos de 25 contactos de amigos, familiares e colegas de escola. Apresenta-se com o seu nome próprio e uma fotografia de rosto. Considera que se perde “grande parte de riqueza da comunicação, mesmo utilizando os vários recursos”. No <i>email</i>, reúne contactos pessoais e profissionais na mesma conta. Aderiu à rede social Hi5 por curiosidade. Associou, ao seu perfil, amigos, familiares, colegas de escola e de trabalho. O critério para “novas amizades” é conhecer a pessoa. Apresenta-se aos outros por recurso aos álbuns de fotos e a músicas – escolhe as que definem melhor. Contudo, considera que não é um serviço “muito pessoal”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção mediada Utiliza o IM (MSN Messenger), mas apenas raramente. Prefere “outras formas de comunicar com os amigos”. Também só raramente recorre às outras aplicações disponibilizadas pelo serviço. Tem três contas de <i>email</i>. Está registada no Hi5. Conheceu pessoas novas e reencontrou outras de quem tinha perdido o contacto através deste serviço, mas mesmo assim não o utiliza muito. Quanto tem disponibilidade, visita várias pessoas na rede, mas só escreve para conhecidos. Também recebe mensagens e comentários através do serviço. Revela-se curiosa em relação ao <i>Second Life</i>. Considera os fóruns “interessantes para passar o tempo”, mas confessa não ter paciência para esses serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais e profissionais <i>Email</i> – rapidez na transmissão da informação Pessoais Sites bancários – maior comodidade Blogues – conhecer outras pessoas e partilhar pontos de vista Hi5 – conhecer pessoas novas e manter contacto quando há distância
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional No <i>email</i>, reúne contactos pessoais e profissionais na 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção “quase mediada” Ainda não se habituou a 	

<p>mesma conta. Envia emails profissionais a partir de casa. Não utiliza o email no trabalho, apenas o telefone.</p>	<p>actualizar o seu blogue (criado recentemente), mas vai tentar fazê-lo. Diz que recebeu poucos comentários, mas foi surpreendida pela rapidez com que o seu blogue foi encontrado. Não controla nem conhece os visitantes. Quando tem tempo, navega pela blogosfera e interage com outros <i>bloggers</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Não considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet ○ Prefere outras formas para comunicar com os amigos que não o IM ○ Geralmente associa o envio de um <i>email</i> com uma chamada telefónica ○ Prefere comunicar com os outros face a face ou por telefone do que através da Internet
--	---	--

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
6 a 10h diárias
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Outlook; e.constroi; e outros por motivos profissionais. Por motivos particulares os serviços noticiosos e de lazer.
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Profissionalmente, sim e de que maneira, substituí o uso do fax e do correio.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Principalmente no trabalho e em casa.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Criei o blogue Kissonde. Sem nenhum motivo relevante, apeteceu-me.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Vou actualizando, sem nenhum critério temporal.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Geral, sem nenhum assunto em particular. Foi criado para expor fotografias das minhas viagens e poemas que me chegam, mas... acabei por ir expondo outros temas.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Poderá servir como terapia, para pessoas sós e com alguma dificuldade de relacionamento; Para os fazedores de opinião da *nossa praça*; Para empresas com pouco poder económico para manter um “sitio”, etc..
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Só de pessoas conhecidas, e por email.

- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Sim
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Algumas
- Navega com frequência pela blogosfera?
Sim
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Não
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não (A empresa possui um sitio com intranet)

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
O Google Talk e o MSN
- Com que frequência?
3 a 4 horas diárias, em contacto com colegas e com fornecedores, por motivos profissionais.
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Mais barato que o telefone.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Entre 25 a 50 por motivos profissionais e particulares

- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Não
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
Nome próprio
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Não
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Na circulação imediata de documentos.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Sim
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
o lixo que se recebe

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
4 (3 particulares + 1 profissional)
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Bem separadinhos.
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Sim
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
Rapidez, comodidade e fiabilidade.
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Em vez da carta, sim.
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
Bastante frequente.

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
Sim, pudemos não ter prova da recepção do email.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
Não

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual? Não
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
Sim, fotografia e fotografia
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
Sim, gostar do que vejo.
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Sim
- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Não
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
Não
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
O lixo que se encontra.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
Messenger
- Porque utiliza este serviço? Quais são as suas vantagens?
Mais barato que o telefone

- Faz sobretudo que tipo de chamadas (pessoais, profissionais, nacionais, internacionais)?
nacionais pessoais e profissionais.
- Substituiu a utilização da linha telefónica terrestre por este serviço?
Sim
- Considera que o VoIP tem inconvenientes? Se sim, quais?
Não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Não

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 52 anos, Montijo, curso técnico, responsável pela adjudicação de subempreitadas.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou um blogue “sem nenhum motivo relevante”. “Apeteceu-me”, afirma. Os assuntos são gerais. “Foi criado para expor fotografias das minhas viagens e poemas que me chegam, mas... acabei por ir expondo outros temas.” Coloca fotografias <i>online</i> e usa como critério de selecção “gostar do que vê”. Considera que os blogues podem servir como “terapia para pessoas sós e com dificuldade de relacionamento”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária Duração: 6 a 10 horas Acesso: trabalho (1) e casa (2) Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> <i>Site</i> E.constroi <i>Sites</i> de informação Serviços de lazer
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, tem entre 25 a 50 contactos profissionais e pessoais. Apresenta-se através do seu nome próprio, sem fotografia. Tem três contas de <i>email</i> pessoais. Através do VoIP, faz chamadas nacionais pessoais. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação mediada Utiliza IM (Google Talk e MSN Messenger) 3 a 4 horas por dia. Costuma utilizar as aplicações associadas (nomeadamente envio de ficheiros). Tem quatro contas de <i>email</i>. Não está registado em redes sociais, mas visita perfis de outras pessoas. Considera como desvantagem desses serviços “o lixo que se encontra”. Utiliza o MSN Messenger como serviço VoIP. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais e profissionais Email – rapidez, comodidade e fiabilidade IM e VoIP – mais barato do que o telefone
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional A empresa onde trabalho possui uma intranet. Através do IM, contacta colegas e fornecedores por motivos profissionais. É útil neste contexto porque permite a circulação imediata de documentos”. Tem uma conta de <i>email</i> exclusivamente profissional. Costuma enviar <i>emails</i> profissionais a partir de casa e <i>emails</i> pessoais a partir do trabalho. É uma ferramenta “bastante frequente” no 	<ul style="list-style-type: none"> Interação “quase mediada” Actualiza o seu blogue sem nenhum critério temporal. Só recebe comentários de pessoas que conhece e por <i>email</i>. Controla os visitantes do blogue e conhece alguns. Navega com frequência pela blogosfera, mas não interage com outros <i>bloggers</i>. 	

<p>seu local de trabalho. Considera que uma das suas desvantagens é nem sempre existir prova da recepção da mensagem. Via VoIP, faz chamadas nacionais profissionais.</p>		<ul style="list-style-type: none">• Relação com outras actividades<ul style="list-style-type: none">○ Profissionalmente, substituiu outras actividades pela utilização da Internet, como o uso do fax e do correio○ Prefere enviar um <i>email</i> a uma carta.○ Substituiu a linha telefónica terrestre pela utilização do VoIP
--	--	--

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Três a quatro horas dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Utilizo o email e o messenger , o principal motivo sera a comunicação com amigos e familiares.
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Ver televisão.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cybercafé, biblioteca, outro)?
Casa e trabalho

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim , crer partilhar a minha experiência(aquariofilia)
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim, de mês a mês
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Aquariofilia
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Aspectos negativos ainda não.Quantos aos positivos são vários desde os comentários até a partilha de informação.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Sim
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Sim

- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Algumas
- Navega com frequência pela blogosfera?
não
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
não
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
não
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
MSN
- Com que frequência?
Sempre
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Comunicação rápida
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Mais de 100
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Sim
- Utiliza um *nickname* (alunha) ou o seu nome próprio?
Sim. Utilizo um nick só no messenger mas foi uma escolha (slb4ever).

- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Não
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Não é útil, mas se tenho acesso utilizo para comunicar
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las? às vezes
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
N.R.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
2
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Tenho email profissional e outros pessoais
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
não
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
Pessoal e lazer(troca de email's)
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
sim
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
O email é uma ferramenta que utilizo muito frequentemente
- Na sua opinião, o email tem inconvenientes? Se sim, quais?
O maior sera sempre os virus.

c. *Newsgroups* e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
Sim, Foruns de Aquariofilia
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
Aprendizagem
- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
não
- Frequentá-o habitualmente?
sim
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
Sim costume escrever
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
partilha de informação

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
hi5
- O que o levou a aderir a essa rede?
Simples curiosidade.
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
N.R.
- Conheceu pessoas novas através deste serviço?
não
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
não
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?
não

- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
não
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
não
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
não
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
sim
- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
sim
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
não
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
N.R.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
não

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 34 anos, Rolhão/Soure, 11.º ano e supervisor.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou um blogue para partilhar a sua experiência em aquariofilia. Tem um perfil no Hi5, mas não costuma actualizá-lo. Nele, não omite dados pessoais relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, reúne mais de 100 contactos. Escolheu apresentar-se com um <i>nick</i>, mas sem fotografia. Tem contas de <i>email</i> apenas pessoais. Gosta de trocar <i>emails</i> por lazer. Inscreveu-se no Hi5 por curiosidade. Não colocou fotos suas na rede e não tem um critério para adicionar “amigos” ao seu perfil. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção mediada Utiliza o IM “sempre”. Às vezes recorre às ferramentas associadas ao serviço. Tem duas contas de <i>email</i>. Pertence a fóruns de aquariofilia. Frequenta-os habitualmente. Costuma participar activamente, escrevendo mensagens. É um <i>hobby</i>. É membro do Hi5. Não conheceu pessoas novas através do serviço. Não utiliza aplicações associadas. Costuma visitar e comentar os perfis de outras pessoas. Mas não recebe mensagens e comentários. 	<ul style="list-style-type: none"> Duração: 3 a 4 horas Acesso: casa (1) e trabalho (2) Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> IM (MSN Messenger)
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional Embora considere que o IM não lhe é útil no trabalho, se tiver acesso, utiliza-o para comunicar. Tem um <i>email</i> exclusivamente profissional. Utiliza-o muito frequentemente. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacção “quase mediada” Actualiza o seu blogue de mês a mês. Costuma receber comentários e considera-os um aspecto positivo deste serviço. Controla os visitantes do blogue. Conhece algumas dessas pessoas. Contudo, não navega pela blogosfera nem interage com outros <i>bloggers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais <i>Email</i> e IM – comunicar rapidamente com amigos e familiares Blogues – partilha de informação Fóruns – aprendizagem e partilha de informação Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> Considera que substituiu a actividade de ver televisão com a utilização da Internet Comunica com mais frequência com algumas pessoas via IM do que por telefone ou <i>email</i> Prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
¾ horas
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Emails e assistência ao blog
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
A leitura de livros e jornais
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
casa

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim, para praticar e divulgar a grafologia
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim, quase diariamente
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Aplicações da grafologia
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Não encontro desvantagens, as vantagens são as imensas portas abertas sobre o mundo
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Não
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
De vez em quando

- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Conheço
- Navega com frequência pela blogosfera?
Sim
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sim
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não
- O local onde trabalha possui um blogue?
Estou aposentado

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Sim, Messenger
- Com que frequência?
Semanalmente
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
O contacto directo com amigos em qualquer parte
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Amigos, familiares, colegas
Menos de 25
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Nem por isso
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
Nome próprio

- Tem uma fotografia?
não
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Por vezes
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Não ver a expressão das pessoas

b. Email

- Quantas contas de *email* utiliza?
Duas
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Não
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Não faço distinção
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
A rapidez e sem custo
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Sim
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
Não vejo inconvenientes

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
sim
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
Actualização no tema

- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
Recolhendo elementos e fazendo sugestões
- Frequentá-o habitualmente?
Semanalmente
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
Prefiro ler
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
Vantagens são a fácil divulgação dos assuntos, desvantagens são o desconhecimento dos participantes e suas reacções

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube?
Não

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?
Não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Não

Informações sobre o utilizador: sexo masculino, 61 anos, Ermesinde, Licenciatura em Filosofia e reformado.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Criou um blogue sobre grafologia e respectivas aplicações. Considera que os blogues representam “imensas portas abertas sobre o mundo”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal No IM, reúne menos de 25 contactos de amigos, familiares e colegas. Apresenta-se através do nome próprio e não tem fotografia. Considera como inconveniente “não ver a expressão das pessoas”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação mediada Utiliza o MSN Messenger semanalmente. Por vezes, utiliza as ferramentas associadas ao serviço. Usa duas contas de <i>email</i>. Semanalmente frequenta fóruns de discussão. Prefere ler a escrever mensagens. Recolhe elementos e faz sugestões. Considera que uma das suas vantagens é a “fácil divulgação dos assuntos”. 	<ul style="list-style-type: none"> Duração: 3 a 4 horas Acesso: casa Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> Blogue
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional (Está reformado) 	<ul style="list-style-type: none"> Interação “quase mediada” Actualiza o seu blogue “quase diariamente”. Não recebe comentários. De vez em quando controla o número de visitantes. Conhece as pessoas que frequentam o blogue. Navega com frequência pela blogosfera e interage com outros blogues. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais Blogue – praticar e divulgar a grafologia IM – contacto directo com amigos em qualquer parte <i>Email</i> – rapidez e sem custo Fóruns – actualização no tema Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> Substituiu a leitura de livros e jornais pela utilização da Internet Prefere enviar um <i>email</i> a fazer um telefonema ou enviar uma carta

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
4/5 horas por dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
blogs notícias sites oficiais
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
sim substitui, ver televisão, fazer coisas em artesanato, ler.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
casa/trabalho

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim criei e participei. Por distração, por gostar de escrever e pela intereacção com outros cibernautas.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Quatro vezes por semana. Depende.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Principalmente a vida como ela é.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Vantagens são a possibilidade de qualquer pessoa poder expressar o que sente sobre o que a rodeia, estabelecer novos contactos e habituar-se a ler e a pensar.
Desvantagens: assumir a virtualidade como verdade real. Conflitos de egos.
Demasiada importância ao que se diz virtualmente. Preferir o mundo virtual a conviver com pessoas reais.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Sim.

- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Controlo através do Sitemeter.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Conheço.
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sim, quase diariamente.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não tive.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não tem.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services (IM)*

- Utiliza *Instant Messaging Services (IM)* como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Messenger.
- Com que frequência?
Quase diariamente.
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Informação rápida e acessível.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Amigos, familiares, profissionais. Menos de 25 contactos.
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Com todas elas comunico por telefone. Não gosto de emails.

- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
No messenger nome próprio.
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Sim, tipo passe mas as imagens dependem. Da fotografia pessoal, ao abstracto, à paisagem, etc.
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
LOL. Para passar o tempo e poder estar em contacto com pessoas que durante esse tempo n poderia estar.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Enviar ficheiros ou imagens.
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
É viciante. Raro quem o começa a usar e o deixa depois. Como tudo que é informático é um meio fácil de propagar vírus.

b. Email

- Quantas contas de *email* utiliza?
Três.
- Tem um endereço de *email* só para contactos pés soais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Endereços diferentes.
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
Não.
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
Informação rápida e acessível.
- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Não. Detesto mails.
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas?
Não. É utilizado para contactar entidades oficiais.

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
Virus, desabituação de contactar as pessoas ed forma presencial, por telefone.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)?
Não.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360º ou YouTube? Se sim, qual?
HI5.
- O que o levou a aderir a essa rede?
Os amigos.
- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
Amigos e colegas.
- Conheceu pessoas novas através deste serviço?
Não conheci.
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
Critério que uso na vida pessoal, apenas entra quem me interessa do ponto de vista de personalidade.
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil? Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)?
Não, não ligo ao hi5 e neste momento nem dá acesso a comentários ao perfil ou às fotos.
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)? Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
Gosto de fotografia. Fotos de paisagens basicamente. As pessoais porque me dizem algo pelo momento ou situação, e não concebo ter um hi5 para n o fazer.

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Comento esporadicamente.
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
Sim.
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
vANTAGEM: DE INTERAGIR E ANALISAR ATITUDES. MANTER CONTACTO E INFORMAÇÕES de pessoas próximas. Desvantagens: acaba por ser uma obrigação retribuir um comentário mesmo que n apeteça.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?
Não.

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?
Não.

Informações sobre o utilizador: sexo feminino, 31 anos, Lisboa, 12.º Ano e Assistente Administrativo.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal <p>Criou um blogue por distração, por gostar de escrever e pela interacção com outros cibernautas. Escreve sobre a vida como ela é. Considera como desvantagens dos blogues: “assumir a virtualidade como verdade real”; “conflitos de egos”; “preferir o mundo virtual a conviver com pessoas reais”.</p> <p>Tem um perfil no Hi5, mas não actualiza a informação nele.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção face a face 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência: diária
		<ul style="list-style-type: none"> • Duração: 4 a 5 horas
		<ul style="list-style-type: none"> • Acesso: casa (1) e trabalho (2)
		<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> ○ Blogues ○ <i>Sites</i> de informação ○ <i>Sites</i> oficiais

<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal No IM, reúne menos de 25 contactos de amigos, familiares e profissionais. Também comunica com essas pessoas via telefone. Apresenta-se através do seu nome próprio e com uma fotografia tipo passe. Mas admite que as imagens variam (“da fotografia pessoal ao abstracto, à paisagem”). Considera o IM “viciante”. “É raro quem o começa a usar e o deixa depois.” Quanto a email, confessa que não gosta desta ferramenta. Considera que uma das suas desvantagens é causar desabituação de contacto presencial ou por telefone com outras pessoas. Distingue a conta pessoal da conta profissional. Aderiu ao Hi5 através dos amigos. Ao seu perfil, associou amigos e colegas. Para isso, usa o mesmo critério que aplica na sua vida pessoal: “apenas entra quem me interessa do ponto de vista de personalidade”. Gosta de fotografia e, por isso, disponibiliza fotos na rede – “fotos de paisagens basicamente”. Mas também coloca fotos pessoais quando lhe dizem algo pelo momento ou situação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação mediada Utiliza o MSN Messenger quase diariamente. Costuma recorrer à aplicação de envio de ficheiros ou imagens. Tem três contas de email. Registou-se no Hi5. Mas diz que não “liga” ao serviço – “neste momento nem dá acesso a comentários ao perfil ou às fotos”. Não conheceu pessoas novas através desta rede social. Esporadicamente comenta os perfis de outras pessoas. E diz receber mensagens e comentários através da rede. Considera que “acaba por ser uma obrigação retribuir um comentário mesmo que não apeteça”. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional Utiliza o IM durante o trabalho para “passar o tempo” e “estar em contacto com pessoas que durante esse tempo não poderia estar”. Quanto a email, distingue a conta profissional da conta pessoal. Utiliza-o para contactar entidades oficiais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação “quase mediada” Actualiza o blogue quatro vezes por semana. Costuma receber comentários. Controla os visitantes através do Sitemeter e conhece-os. Navega quase diariamente pela blogosfera e interage com outros bloggers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Pessoais e profissionais IM e email – informação rápida e acessível ○ Pessoais Blogue – expressar o que sente sobre o que a rodeia, estabelecer novos contactos e habituar-se a ler e a pensar Hi5 – interagir e analisar atitudes, manter contacto e informações de pessoas próximas • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Substituiu ver televisão, fazer coisas em artesanato e ler pela utilização da Internet

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Cerca de 2h por dia.
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Email, serviços de instant messaging, blogs, enciclopédias digitais (infopédia), actividades multimédia relacionadas com a educação (www.escolavirtual.pt)
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
Casa e local de trabalho.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim. Como forma de comunicação com o meus alunos, especialmente a nível da colocação de informação online.(geocnsf.wordpress.com)
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim, mensalmente.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Assuntos relacionados os conteúdos de Geografia do 3º ciclo e com TIC do 9º ano.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
A principal vantagem de um blogue é o facto de serem um meio privilegiado para a troca de informação com a comunidade. No entanto, acho que muitas vezes se sobrevaloriza a sua importância como meio de transmissão de informação num país onde a maioria da população é infoexcluída por não ter acesso às TIC.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Não, porque tenho bloqueada essa opção.

- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Sim, através do próprio blogue, que me dá todas as estatística.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
A maioria sim.
- Navega com frequência pela blogosfera?
Diariamente.
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Não-
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não
- O local onde trabalha possui um blogue?
O local em si não, mas criei um blogue para as disciplinas que lecciono.
- Se sim, costuma participar nele?
Sou o administrador do blogue.
- Acha que é útil para o seu trabalho?
Sim

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Sim, o Windows Live Messenger.
- Com que frequência?
Diariamente.
- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Contactar mais facilmente com a minha família, amigos e colegas de trabalho.
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?

Entre 50 e 100 contactos (70 ao todo), distribuídos por colegas de trabalho, amigos e família.

- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Sim
- Utiliza um *nickname* (algunha) ou o seu nome próprio?
O meu nome próprio.
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Sim. Uma foto minha.
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Não utilizo no trabalho.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Sim, enviar ficheiros.
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Se uma pessoa souber utilizar correctamente os serviços de IM não tem inconvenientes.

b. *Email*

- Quantas contas de *email* utiliza?
Quatro contas.
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?
Um dos endereços que tenho é só para os meus alunos me conseguirem contactar.
- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?
A partir de casa mando mails profissionais. O contrário não.
- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?
Comunicar com as pessoas de forma mais rápida

- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?
Não
- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?
Utilizo pouco.... Uso mais o telem.
- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?
A pessoa pode não ver o email em tempo útil.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?
Sim, www.techzonept.com e www.meteopt.com
- Quais as razões que o levaram a participar nele?
Partilha de conhecimentos e manter-me informado.
- Utiliza-o como ferramenta de trabalho? De que forma?
Sim, para tirar dúvidas sobre assuntos relacionados com a informática
- Frequentá-o habitualmente?
Sim
- Costuma escrever mensagens ou prefere apenas ler e manter-se actualizado?
Ambas
- Quais são, a seu ver, as principais vantagens e desvantagens destes *sites*?
Não tem desvantagens. Troca de opiniões.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?
Hi5
- O que o levou a aderir a essa rede?
Pedidos de amizade provenientes de amigos.

- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?
Amigos e familiares
- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?
Não
- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?
Conhecer pessoalmente e não serem alunos.
- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?
Não
- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?
Não
- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?
Álbuns de fotos
- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?
Sim. O principal critério é não exporem a minha intimidade.
- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?
Sim
- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?
Não
- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?
Sim
- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?
Vantagem: Manter contacto com amigos e familiares distantes
Desvantagens: Alguma perda de privacidade

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)?

Não

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?

Não

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 26 anos, Leiria, Mestrado e Professor.

Identidade individual	Interação social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão pessoal Tem um perfil no Hi5, mas não costuma utilizar a sua informação. Nela não omite dados relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação face a face 	<ul style="list-style-type: none"> Frequência: diária
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão interpessoal Reúne 70 contactos no IM, distribuídos por colegas de trabalho, amigos e família. Apresenta-se através do seu nome próprio e uma fotografia sua. Aderiu ao Hi5 devido a pedidos de amizade provenientes de amigos. Associou contactos de amigos e familiares. Os critérios que usa é conhecer pessoalmente e não serem alunos. Coloca fotos na rede, desde que não exponham a sua intimidade. Considera como desvantagem do serviço “alguma perda de privacidade”. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação mediada Utiliza o Windows Live Messenger (ex-MSN Messenger) diariamente. Recorre à ferramenta de envio de ficheiros. Tem quatro contas de <i>email</i>. Frequenta dois fóruns habitualmente. Costuma ler e escrever mensagens. Considera que uma das suas vantagens é a “troca de opiniões”. Está registado no Hi5, mas não conheceu pessoas novas através desse serviço. Utiliza os álbuns de fotos. Costuma visitar perfis de outras pessoas, mas não comenta. Recebe mensagens e comentários. 	<ul style="list-style-type: none"> Duração: 2 horas Acesso: casa (1) e trabalho (2) Tipos de serviços: <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> IM Blogues Enciclopédias digitais Actividades multimédia relacionadas com Educação
<ul style="list-style-type: none"> Dimensão profissional Criou um blogue como forma de comunicação com os alunos, colocando informação <i>online</i>. Aborda assuntos relacionados com os conteúdos de Geografia do 3.º ciclo e TIC do 9.º ano (as disciplinas que lecciona). É, portanto, o administrador deste blogue e considera que é útil para o seu trabalho. Tem uma conta de <i>email</i> exclusivamente para os alunos o contactarem. Envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa. No trabalho, utiliza mais o telemóvel do que o <i>email</i> para contactar com colegas. Recorre a um fórum para tirar dúvidas de Informática, uma das disciplinas que lecciona. 	<ul style="list-style-type: none"> Interação “quase mediada” Actualiza o blogue mensalmente. Bloqueou a opção de receber comentários. Controla os visitantes através do próprio serviço do blogue, que lhe faculta toda a estatística. Conhece a maioria dos visitantes. Navega diariamente pela blogosfera, mas não interage com outros bloggers. 	<ul style="list-style-type: none"> Objectivos <ul style="list-style-type: none"> Pessoais <ul style="list-style-type: none"> IM – contactar mais facilmente com a família, amigos e colegas de trabalho Hi5 – manter contacto com amigos e familiares distantes Pessoais e profissionais <ul style="list-style-type: none"> Email – comunicar mais rapidamente Fóruns – partilhar conhecimentos e manter-se informado Profissionais <ul style="list-style-type: none"> Blogue – comunicar com os alunos Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> Considera que consegue comunicar mais facilmente com algumas pessoas via IM do que outros meios (telefone ou <i>email</i>)

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?

Resposta: 3 , 4 horas por dia.

- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?

Resposta: Email, Blog, Hi5, Messenger, e motores de busca. Utilizo para contactar com amigos e colegas, e o meu blog para dar largas a imaginação. Os motores de busca, dão muito jeito para procurar todo o tipo de coisas.

- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?

Resposta: Em tempos acho que já o fiz, descuidava alguns aspectos como passar mais tempo com os amigos e a família, hoje em dia já não, temos que saber dosear as coisas, e não substituir umas pelas outras, mas sim complementar.

- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?

Resposta: De casa .

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?

Resposta: Sim , tenho um Blog. Porque sempre gostei de escrever, é uma forma de desabafar. Criei o meu blog essencialmente para mim, mas como é logico gosto que os outros o vão visitar.

- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?

Resposta: Sim actualizo. Umas vezes uma vez por semana, outras mais vezes, mas gosto de actualizar, faz-me bem.

- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?

Resposta: Sobre mim, a minha vida, as minhas peripecias...afinal o blog é meu, e eu escrevo sobre o que me dá prazer.

- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Resposta: Acho que os blogues são uma forma de expressão pública a que quase todos temos acesso. Como tudo há os blogues interessantes e outros menos...
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Resposta: Sim alguns. Gostaria de receber mais.
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Resposta: Sim , gosto de saber se visitam muito ou não, sou curiosa...ehehehe.
Atraves do Google Analytics.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Resposta: Algumas sim, outras não.
- Navega com frequência pela blogosfera?
Resposta: Sim . Gosto de visitar outros blogues.
- Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Resposta: Sim. Deixo comentarios.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Resposta: Tenho o Hi5 tambem.
- Se sim, continua a mantê-la?
Resposta: Sim.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Resposta: Não.

3. Ferramentas sociais

a. *Instant Messaging Services* (IM)

- Utiliza *Instant Messaging Services* (IM) como o MSN Messenger, ICQ, Google Talk ou Yahoo! Messenger? Se sim, qual (ou quais)?
Resposta: Sim, o MSN Messenger, e o Google Talk.
- Com que frequência?
Resposta: Quase todos os dias.

- Que vantagens é que este serviço lhe oferece?
Resposta: conatcto com os amigos .
- Que tipo de contactos mantém nele (amigos, familiares, profissionais, colegas da escola ou faculdade, outros)? Quantos contactos reúne no total (menos de 25, entre 25 e 50, entre 50 e 100, mais de 100)?
Resposta: Amigos, colegas de escola e colegas de trabalho, alguns familiares. Tenho entre 25 a 50.
- Acha que, através desse IM, consegue comunicar com mais frequência com algumas pessoas do que através de outros meios, como por exemplo o telefone ou o *email*?
Resposta: Sim, de uma forma geral posso dizer que sim, pois se estiver a falra com essas pessoas no MSN, já n utilizo o telefone.
- Utiliza um *nickname* (alcunha) ou o seu nome próprio?
Resposta:Utlizo o nome proprio.
- Tem uma fotografia? Se sim, de que tipo?
Resposta: Sim, uma de rosto.
- Caso utilize no trabalho, pode explicar em que medida lhe é útil?
Respoosta: Utilizo para comunicar com colegas de trabalho, sobre questões de trabalho, torna-se mais facil e mais barato do que o telefone.
- Além de permitir conversar com contactos, este serviço disponibiliza outras ferramentas (enviar ficheiros ou imagens, jogar jogos). Costuma utilizá-las?
Resposta: Sim, principalmente em questões de trabalho, para enviar e receber ficheiros urgentes.
- Quais são, para si, os principais inconvenientes do IM?
Resposta: Alguns contactos se tornarem inconvenientes, mas isso tem solução basta bloquear.

b. Email

- Quantas contas de *email* utiliza?
Resposta: Hotmail e Gmail.
- Tem um endereço de *email* só para contactos pessoais e outro para profissionais ou reúne os dois tipos de contactos na mesma conta?

Resposta: Tenho um endereço profissional que utilizo na empresa, para questões profissionais, e os emails pessoais para os outros contactos.

- Costuma enviar *emails* profissionais a partir de casa e/ou *emails* pessoais a partir do trabalho?

Resposta: Não, tento separar as coisas.

- Quais são para si as principais vantagens deste serviço?

Resposta: Uma forma mais rápida e económica de enviar informação, e de contactar com os amigos e colegas.

- Prefere utilizá-lo em vez de fazer um telefonema ou enviar uma carta?

Resposta: Não é uma questão de preferencia, mas sim de rapidez e economia.

- No seu trabalho, o *email* é uma ferramenta frequente? Costuma utilizá-lo para contactar colegas? Mais ou menos do que o telefone?

Resposta: Sim, penso que hoje em dia o email é essencial em qualquer empresa, mas não significa que substitui as outras ferramentas, todas são essenciais.

- Na sua opinião, o *email* tem inconvenientes? Se sim, quais?

Resposta: Sim, as publicidades não solicitadas (Spam) que nos invadem as caixas de correio.

c. Newsgroups e fóruns de discussão

- Pertence a algum *site* de partilha ou discussão (*newsgroup*, fórum)? Se sim, qual ou quais?

Resposta: Não.

d. Redes sociais

- É utilizador (registado) de alguma rede social como, por exemplo, o Hi5, MySpace, MSN Spaces, Ringo, Orkut, Yahoo! 360° ou YouTube? Se sim, qual?

Resposta: Sim, Hi5 .

- O que o levou a aderir a essa rede?

Resposta: Fui incentivada por colegas a utilizar , e quando comecei a encontrar amigos que não via a muitos anos, então fiquei apaixonada pelo Hi5.

- Que tipo de contactos associou ao seu perfil (amigos, familiares, profissionais, colegas de escola ou faculdade, outros)?

Resposta: Basicamente amigos, amigos de escola, alguns familiares e alguns colegas de trabalho.

- Conheceu pessoas novas através deste serviço? Mantém contacto com elas?

Resposta: Não.

- Usa algum critério para adicionar “amigos” ao seu perfil?

Resposta: Por norma so adiciono pessoas que conheço.

- Costuma actualizar com frequência a informação associada ao seu perfil?

Resposta: Sim, tento pelo menos.

- Nela omite algum dado relevante (nome verdadeiro, idade, localidade, estado civil, data de aniversário, sexo, dados relativos ao aspecto físico)? Se sim, porquê?

Resposta: Apenas coloco la o que acho que devo colocar, há coisas na vida que não quero simplesmente que sejam publicas, por isso sim omito por exemplo o meu estado civil, porque todos os meus amigos sabem qual ele é.

- Utiliza outros serviços associados às redes sociais (álbuns de fotos, vídeos, músicas, *widgets*)?

Resposta: Sim.

- Coloca na rede fotos suas? Se sim, que critérios utiliza para escolhê-las?

Resposta: Sim, fotos que me lembrem momentos felizes.

- Costuma visitar os perfis de outras pessoas (conhecidas ou desconhecidas)?

Resposta: Sim, dos meus amigos.

- Habitualmente comenta os perfis de outras pessoas (conhecidas e/ou desconhecidas)?

Resposta: Apenas comento de pessoas que conheço.

- Recebe mensagens e comentários através deste serviço?

Resposta: Sim

- Quais são, para si, as vantagens ou desvantagens das redes sociais?

Resposta: Para mim foi uma forma de encontrar pessoas que já não via a muitos anos, e que foi uma alegria encontrar. As desvantagens , são como sempre pessoas mal intencionadas que se aproveitam deste tipo de serviços para fins menos proprios.

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?

Resposta: Não.

f. *Second Life*

- Está inscrito no *Second Life* (SL)?

Resposta: Não.

Informação sobre o utilizador: sexo feminino, 31 anos, Vila Nova de Gaia, 12º Ano e Desempregada.

Identidade individual	Interacção social	Utilização da Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão pessoal Tem um blogue, porque sempre gostou de escrever e considera que “é uma forma de desabafar”. Criou o blogue para si própria, mas gosta “que os outros o vão visitar”. Escreve sobre si, a sua vida, as suas peripécias. “Afinal o blogue é meu e eu escrevo sobre o que me dá prazer.” Considera que os blogues são “uma forma de expressão pública a que quase todos temos acesso”. Quanto ao perfil no Hi5, tenta actualizar com frequência a informação que disponibiliza. Mas só coloca dados que acha que deve colocar. “Há coisas na vida que simplesmente não quero que sejam públicas, por isso sim omito por exemplo o meu estado civil, porque todos os meus amigos sabem qual ele é.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção face a face Considera que, no passado, substituiu actividades como passar tempo com amigos e família pela utilização da Internet, mas hoje não – “temos que saber dosear as coisas, e não substituir umas pelas outras, mas sim complementar”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequência: diária • Duração: 3 a 4 horas • Acesso: casa • Tipos de serviços <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Email</i> ○ Blogue ○ Redes sociais (Hi5) ○ IM ○ Motores de busca
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão interpessoal Reúne entre 25 e 50 contactos no IM de amigos, colegas de escola, de trabalho e familiares. Apresenta-se através do seu nome próprio e com uma fotografia de rosto. Como desvantagem, refere a possibilidade de alguns contactos se tornarem inconvenientes e propõe como solução bloqueá-los. Utiliza as contas de <i>email</i> pessoais para contactar amigos e colegas. Foi incentivada por colegas a utilizar o Hi5. “Quando comecei a encontrar amigos que não via há muitos anos, fiquei apaixonada.” Associou ao seu perfil amigos, amigos de escola, alguns familiares e alguns colegas de trabalho. Por norma, só adiciona pessoas 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacção mediada Está registada no Hi5. Não conheceu novas pessoas através desse serviço. Utiliza ferramentas associadas. Costuma visitar os perfis dos seus amigos. Comenta outros perfis, mas só de pessoas que conhece. Também recebe mensagens e comentários. Utiliza quase diariamente dois IM: o MSN Messenger e o Google Talk. Recorre à aplicação de envio e recepção de ficheiros sobretudo em questões de trabalho, para documentos urgentes. Tem duas contas de <i>email</i> pessoais e uma profissional. 	

<p>que conhece. Coloca fotografias na rede que lhe lembrem “momentos felizes”. Considera que há “pessoas mal intencionadas que se aproveitam deste tipo de serviços para fins menos próprios”.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Objectivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Profissionais e pessoais <ul style="list-style-type: none"> <i>Email</i> – uma forma mais rápida e económica de enviar informação Motores de busca – procurar todo o tipo de coisas ○ Pessoais <ul style="list-style-type: none"> Email, Hi5, IM – contactar com amigos e colegas Blogue – dar largas à imaginação
<ul style="list-style-type: none"> • Dimensão profissional No trabalho também utiliza o IM para comunicar com os colegas, sobre questões profissionais, porque se torna mais fácil e barato do que o telefone. Tem um endereço de <i>email</i> profissional que utiliza na empresa para questões relacionadas com o trabalho. Tenta separar a dimensão profissional da pessoal (não envia <i>emails</i> profissionais a partir de casa, por exemplo). É uma ferramenta de trabalho frequente – “penso que hoje em dia o <i>email</i> é essencial em qualquer empresa, mas isso não significa que substitui as outras ferramentas, todas são essenciais.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Interação “quase mediada” Actualiza o blogue “umas vezes por semana, outras mais vezes”. “Gosto de actualizar, faz-me bem.” Recebe alguns comentários, mas confessa que gostaria de receber mais. Controla os visitantes através do Google Analytics, porque gosta de saber “se visitam muito ou não”. Conhece algumas das pessoas que visitam o blogue, mas não todas. Gosta de visitar outros blogues e deixa comentários neles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relação com outras actividades <ul style="list-style-type: none"> ○ Admite que se comunicar com algumas pessoas via IM já não o faz através do telefone ○ Considera que enviar um <i>email</i> é mais rápido e económico do que fazer um telefonema ou enviar uma carta

Entrevistas incompletas

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Dias de trabalho --> 3 horas por dia Fins de Semana --> 6 horas por dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
- Compras online - Blogs - Noticias POrque é a forma mais fácil de chegarmos ao que queremos
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não.
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
N. R.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Se sim, porque motivo?
Sim, porque gosto de expressar as minhas opiniões nas áreas porque mais me interessam
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Actualizo-o quase todos os dias, a partir de casa.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
O tema é Cinema.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
A vantagem principal é podermos expressar as nossas opiniões para uma grande comunidade dispersa por diversos pontos do país e receber o seu feedback, descobrindo novos sítios para visitar.

- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?

Costumo receber comentários aos meus posts, normalmente sempre dos mesmos utilizadores de quem não conheço nada, excepto os seus blogs...

- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?

Utilizo uma ferramenta que permite ver o nº de acessos diários e de onde eles provêm

- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?

(ver resposta à recepção de comentários)

- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?

Cerca de uma vez por semana, onde procuro deixar sempre algum comentário.

- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?

Não

- O local onde trabalha possui um blogue?

Não

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 24 anos, Oeiras, pós-graduado, programador.

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
Depende do tempo disponível , no entanto , presumo que a soma diária rondará entre a uma hora e meia e as duas horas .
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
Esta é difícil ... A minha utilização da Internet é muito generalista , dependendo do espírito , no âmbito do laser e , as minhas necessidades profissionais .
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
Não . A importância das outras actividades ditam o tempo de utilização e ou utilização .
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cybercafé, biblioteca, outro)?
Acedo à Internet a partir de casa e do trabalho .

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 41 anos, Santo António dos Cavaleiros, 10º ano e diversos cursos profissionais (administrados pela entidade empregadora, alguns dos quais no estrangeiro), Montador ajustador de máquinas (Mecânico de Hidráulica).

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Sim. Porque acho interessante e é uma maneira de nos interagirmo-nos com as pessoas desta rede mundial que é a internet.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim. Tento fazê-lo diariamente mas como o tempo disponível não é muito faço quando posso. Mas sempre que posso actualizo os meus blogues.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Música, notícias da actualidade e um pouco da minha vida.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Vantagens: interacção contante com pessoas que se encontram na blogosfera, actualização de conhecimentos. Aprendemos muito ao ler os blogues das pessoas.
Desvantagens: talvez a interacção com pessoas desconhecidas.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Sim, alguns.
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Sim tenho contadores nos meus blogues para controlar quem os visita.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Algumas conheço.
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sim. Gosto de "apreciar" o trabalho das outras pessoas.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
não.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Já criei alguns blogues e escrevo em vários. Escrevo porque gosto de partilhar ideias com amigos e desconhecidos, escrevo para partilhar emoções, e escrevo como escape aos problemas da vida.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Sim. Todos os dias.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
Vou do Humor à poesia, passando por estados de alma e todo o tipo de emoções humanas. Não gosto de escrever sobre actualidade ou assuntos sensíveis.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
O poder dizer o que me vier à cabeça.
- Costuma receber comentários aos posts que escreve?
Felizmente recebo alguns!
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Uso o Site Meter.
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Conheço algumas pessoas pessoalmente, mas a maior parte são outros bloggers.
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Sim bastante.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Não, nunca tive.
- O local onde trabalha possui um blogue?
Não tem.

Informação sobre o utilizador: sexo masculino.

3. Ferramentas sociais

e. VoIP

- Utiliza algum serviço VoIP (Skype, VoipBuster, Netcall, Iol Talki, Sapo Messenger, etc.)? Se sim, qual?
VoipBuster, Skype
- Porque utiliza este serviço? Quais são as suas vantagens?
Efectuar chamadas de voz sem necessitar de telefone, tarifas para rede fixa internacional mais economicas.
- Faz sobretudo que tipo de chamadas (pessoais, profissionais, nacionais, internacionais)?
Profissionais nacionais. Pessoais internacionais.
- Substituiu a utilização da linha telefónica terrestre por este serviço?
Não.
- Considera que o VoIP tem inconvenientes? Se sim, quais?
A qualidade das chamadas por vezes ainda não é a desejavel.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
Já criei vários blogs, mas actualmente só um se encontra activo. Entrei na blogosfera por curiosidade e por um gosto pela escrita e para dar asas a um espírito criativo...e o certo é que acabei por ir ficando. O meu blog é como um pequeno diário on-line.
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
Tento actualizar o blog quase todos os dias, mante-lo interessante e actualizado deve ser uma prioridade a qualquer blogger.
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
De tudo um pouco, desde videos a imagens. Montagens realizadas por mim, pequenos desabafos... Temas actuais, diferentes e com algum interesse ou apenas curiosidades. Piadas e frases ou excertos de livros.
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
Não vejo desvantagens em se ter um blog, acho que se tiver um limite no que escrevemos não existem desvantagens...por vezes recebemos comentarios e opinioes um pouco mais ao desencontro da nossa propria opiniao mas dai a liberdade de expressao. Nada por demais. As vantagens é podermos expressar ideias, relatar factos e historias interessantes que para outros ainda nao tenho sido expostas...uma troca de informacoes e ideias por vezes vantajosas para quem le e visita o blog.
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Não muitos mas os meus posts também não são "ditadores de opiniao" por isso é mais para leitura...
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
Recentemente adicionei um novo contador de visitas que me permite saber de que país o meu blog é visitado e tenho conseguido perceber que é visitado dos 4cantos do mundo, mesmo sendo escrito maioritariamente em português (Contador de visitas do www.geovisite.com)

- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
Conheço alguns dos frequentes visitantes do meu blog, normalmente amigos ou familiares. Já recebi comentários de alguns visitantes que ficaram "fãs" do blog.
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
Navego com alguma frequência na blogosfera, mas interajo mais nos blogs de amigos ou conhecidos. Alias sou responsável pela apresentação de alguns blogs de amigos.
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
Nunca tive um website próprio pois não tenho conhecimentos informáticos suficientes para se concretizar mas tenho os conhecidos perfis no hi5.
- O local onde trabalha possui um blogue?
De momento estou desempregada, mas acho que só em alguns tipos de áreas comerciais faz sentido ter um blog. Por exemplo, OS BOLOS DA DINA é uma área que faz sentido ter um blog para mostrar os trabalhos realizados

Informações sobre o utilizador: sexo feminino, 23 anos, Cruz Quebrada.

1. Utilização da Internet

- Em geral, quanto tempo dedica à utilização da Internet?
2 horas por dia
- Quais são os serviços *online* que utiliza com maior frequência? Porque é que os utiliza?
email
- Considera que substituiu outras actividades pela utilização da Internet? Se sim, quais e porquê?
não
- Costuma aceder à Internet a partir de que local ou locais (casa, trabalho, escola, cibercafé, biblioteca, outro)?
casa e trabalho

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, 38 anos.

2. Blogues e blogosfera

- Já criou ou participou nalgum blogue? Por que motivo?
sim
- Continua a actualizá-lo? Com que frequência?
sim, semanal
- Quais são os assuntos que aborda nesse blogue?
merdas existencialistas
- Quais são, para si, as principais vantagens e desvantagens dos blogues?
possibilidade de expressão e comunicação com qualquer outro ser deste planeta
- Costuma receber comentários aos *posts* que escreve?
Poucos. por vezes penso que é um exercício de retribuição mais do que um comentário relevante
- Controla o número de visitantes do seu blogue através de alguma ferramenta (p.e. Site Meter)?
não
- Conhece as pessoas que comentam/visitam o blogue?
não
- Navega com frequência pela blogosfera? Interage com outros blogues e/ou *bloggers*?
às vezes
- Antes de criar um blogue, teve alguma página pessoal?
não
- O local onde trabalha possui um blogue?
não

Informação sobre o utilizador: sexo masculino, Lisboa.