



**UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA**

**CENTRO REGIONAL DE BRAGA**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

**A “REPRESENTAÇÃO DE SI” NAS REDES SOCIAIS**  
**Estudo exploratório: Uma rede cabo-verdiana no *Facebook***

**II Ciclo em Formação e Comunicação Multimédia**  
**Comunicação Multimédia**

**Cláudia Julieta da Moura Furtado**

**Orientador: Professor Doutor Manuel A. A. da Cunha**

Braga, 2014



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA  
CENTRO REGIONAL DE BRAGA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

A “REPRESENTAÇÃO DE SI” NAS REDES SOCIAIS  
**Estudo exploratório: Uma rede cabo-verdiana no *Facebook***

II Ciclo em Formação e Comunicação Multimédia  
Comunicação Multimédia

**Cláudia Julieta da Moura Furtado**

Orientador: Professor Doutor Manuel A. A. da Cunha

Braga, 2014

*Esta dissertação não foi redigida ao abrigo do novo acordo ortográfico*



UNIVERSIDADE  
**CATÓLICA**  
PORTUGUESA  
CENTRO REGIONAL DE BRAGA

**Faculdade de Ciências Sociais**  
Campus Camões, 4710-362 Braga  
Telefone 253 206 100 – Fax 253 206 107  
secretaria.facis@braga.ucp.pt – www.facis.braga.ucp.pt  
N 41°33'16.13" – W 8°25'8.58"

## DECLARAÇÃO DE HONRA

### Entrega de dissertação ou relatório

Eu, Cláudia Julieta da Moura Furtado com o número: 234110048 do II Ciclo em Formação e Comunicação Multimédia, declaro por minha honra que o trabalho apresentado é de minha exclusiva autoria, é original, e todas as fontes utilizadas estão devidamente citadas e referenciadas, que tenho conhecimento das normas e regulamentos em vigor<sup>1</sup> na Faculdade de Ciências Sociais e que tenho consciência de que a prática voluntária de plágio, auto plágio, cópia e permissão de cópia por outros constituem fraude académica.

Braga, 30/08/2014

Claudia Julieta da Moura Furtado

(assinatura)

---

<sup>1</sup> Artigo 13º do Regulamento de Avaliação

1. A fraude em qualquer prova de avaliação implica uma classificação final de zero valores e impedirá o aluno de se apresentar a qualquer forma de avaliação na mesma unidade curricular na mesma época de exames em que a fraude ocorreu.

2. A ocorrência de fraude terá de ser comunicada, pelo docente responsável pela avaliação e respectivo vigilante, à Direcção da Faculdade com especificação das seguintes informações: tipo de prova de avaliação, data, nome e número do aluno em causa e descrição sumária da ocorrência anexando eventuais comprovativos da fraude.

3. A ocorrência destas fraudes será objecto de averbamento no processo do aluno.

## **Agradecimentos**

A Deus, por me possibilitar uma vida de relações fraternais e a partilha de momentos felizes com família e amigos;

Ao Jonathan, meu filho querido, Luís meu companheiro pelo amor incondicional, com os quais tenho partilhado momentos felizes;

À minha querida mãe, pelo amor e dedicação incondicional, que me dedicou ao longo dos anos de minha vida, sem o qual não teria sido possível escrever este trabalho;

Aos meus queridos irmãos Marcelino, Karina, Milena, pelo apoio psicológico, afetivo nos momentos de concepção deste trabalho.

Ao meu orientador pela palavra sempre atenta e confiante, pelo apoio, pelo estímulo que me foram depositados, sem o qual esta pesquisa não seria possível; por me ter ensinado que em investigação é sempre possível fazer mais.

Aos meus colegas e amigo Dino, Ângela, Elizangela, Geísa, Mónica, Dulceneia pela preocupação demonstrada em saber mais pelo decurso do trabalho.

Por último, a uma pessoa que já não se encontra entre nós e que muito me ensinou, pelo seu exemplo de vida e pelas fortes convicções que seguia, ao meu pai José.

Para finalizar, a todos aqueles que compõem a minha “rede de afetos” e que contribuíram directa e indirectamente para a construção deste trabalho, quero deixar o meu mais profundo agradecimento.

## Resumo

Esta dissertação procura analisar, a partir de um estudo exploratório, a “representação de si” nas redes sociais, mais concretamente em torno dos membros de uma rede *Facebook* duma jovem cabo-verdiana a residir em Portugal. A problemática deste trabalho consiste em reflectir sobre a influência dos percursos individuais dos jovens na utilização do *Facebook*. Para isso, tivemos em conta variáveis como o sexo, o lugar de residência e a actividade académica/profissional, de modo a analisar a forma como são utilizadas este tipo de redes em contexto transnacional. Usadas sobretudo para estar em contacto com os familiares e falar com amigos, verificou-se todavia que os utilizadores recorrem a estratégias diferenciadas de acordo com os perfis individuais, mas também os contextos colectivos. Os Cabo-verdianos residentes passam menos tempo nessas redes, por razões sociais, económicas e culturais, do que os seus compatriotas a residirem em Portugal.

Palavras-Chave: Redes sociais, *Facebook*, Cabo Verde, diáspora.

## **Abstract**

This dissertation seeks to analyse, from a case study, the "self-representation" in social networks, more specifically around the members of the *Facebook* network of a young Cape Verdean girl living in Portugal. The problematic of this work is to reflect on the influence of individual trajectories of young people in using *Facebook* . For this, we had taken into consideration several variables such as sex, residence and the academic/professional activities, in order to analyse how they are used this type of network in a transnational context. Especially used to be in contact with the family and friends, it was discovered that the users access to different strategies according to individual profiles, but also the collective contexts. The Cape Verdean residents spend less time in these networks due by social, economic and cultural reasons, than their compatriots residing in Portugal.

**Keywords:** social networks, *Facebook* , Cape Verde, *Diáspora*

## Índice de Siglas

ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*: Linha de Subscritor Digital Assimétrica)

ANAC (Agências nacionais de comunicações)

BAD (Banco Africano de Desenvolvimento)

CMC (Comunicação Mediada por Computadores)

CVT (Cabo Verde Telecom)

DPNU (Divisão da População das Nações Unidas)

DRC (Desenvolvimento em Migrações, Globalização e Pobreza)

FAD (Fundo Africano de Desenvolvimento)

IAPE (Instituto de Apoio ao Emigrante)

IUT (União Internacional das Telecomunicações)

NOSI (Núcleo Operacional da Sociedade de Informação)

PAIGC (Partido Africano para Independência de Guiné e Cabo Verde).

PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa)

PESI (Programa Estratégico para a Sociedade de Informação)

SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras)

TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação)

# Índice

Introdução.....	13
I. Cabo Verde: da população à comunicação.....	15
A. Enquadramento geográfico .....	15
B. População, costumes e situação política .....	16
C. Uma tradição migratória .....	18
D. Internet em Cabo Verde .....	22
II. Das redes sociais à “apresentação de si” .....	27
A. Redes sociais: atores, conexões e grupos.....	28
B. Tipo e propriedades de redes sociais .....	30
C. Algumas redes sociais.....	33
D. Comunidades virtuais e “representação de si” .....	38
III. Estudo exploratório: uma rede do <i>Facebook</i> .....	42
A. O peso dos percursos individuais.....	43
B. Universo e amostra .....	45
C. Concepção do inquérito por questionário .....	50
IV. Análise dos Resultados.....	52
A. Dados sobre a utilização das redes sociais.....	52
1. Média de utilização do <i>Facebook</i> .....	52
2. Tempo passado na rede.....	54
3. Tipos de redes sociais utilizadas.....	55
4. Acesso a internet.....	56
5. Principais objectivos no uso das redes.....	57

6.	Criação de grupos nas redes .....	58
7.	Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu através do <i>Facebook</i> ? .....	59
8.	Fotos pessoais no <i>Facebook</i> .....	60
9.	A natureza do perfil .....	62
10.	Na relação com Cabo Verde, utilizou sobretudo o <i>Facebook</i> para... ..	63
B.	Discussão dos Resultados .....	65
C.	Limitações da pesquisa.....	67
	Conclusão .....	68
	Referências bibliográficas .....	71
	Anexos.....	78

## Índice de figuras

Figura 1: Mapa de Cabo Verde.....	4
Figura 2: Distribuição da população por faixa etária.....	5
Figura 3: Estatísticas Demográficas .....	9
Figura 4: Evolução da internet em Cabo Verde.....	12
Figura 5: Número de assinantes e taxa de penetração .....	13
Figura 6: Número de assinantes e taxa de penetração .....	13
Figura 7: Distribuição da internet no mundo .....	15
Figura 8: Diagramas das Redes de Paul Baran .....	20
Figura 9: Portais de redes sociais.....	22
Figura 10: Perfil do <i>Facebook</i> .....	24
Figura 11: Mapa mundial de utilização de sites de redes sociais em 2009/13 ...	26
Figura 12: Distribuição de amigos por continente.....	33
Figura 13: Idade .....	33
Figura 14: O estado da relação .....	34
Figura 15: Actividades.....	35
Figura 16: Quantas vezes utiliza o <i>Facebook</i> .....	40
Figura 17: Quantas vezes utiliza o <i>Facebook</i> /Situação académica/profissional	41
Figura 18: Nos dias que utilizo o <i>Facebook</i> passo (por dia) em média.....	42
Figura 19: Indique somente as 3 redes que utiliza por ordem de importância?..	43
Figura 20: A partir de que lugar (es) acede as redes sociais? .....	44

Figura 21: Com que finalidade utiliza as redes sociais? (indique 5 finalidades, por ordem de importância, sendo 1 a mais importante e 5 a menos importante) .....	45
Figura 22: Participa em algum grupo no <i>Facebook</i> .....	46
Figura 23: Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu no <i>Facebook</i> .....	47
Figura 24: Tem fotos pessoais no seu perfil do <i>Facebook</i> .....	48
Figura 25: Tem fotos pessoais no seu <i>Facebook</i> .....	49
Figura 26: O seu perfil é .....	50
Figura 27: Na relação com Cabo Verde, utilizo sobretudo o <i>Facebook</i> para.....	52
Figura 28: Na relação com Cabo Verde, utilizo sobretudo o <i>Facebook</i> para.....	52

### **Índice de quadros**

Quadro 1: Investigação Quantitativa vs. Qualitativa .....	31
Quadro 2: Análise de dados segundo grupos.....	35
Quadro 3: Caracterização da amostra .....	37
Quadro 4: Caracterização das perguntas do questionário .....	38

### **Índice de tabelas**

Tabela 1: A população cabo-verdiana .....	5
Tabela 2: Evolução dos assinantes da Internet em Cabo Verde .....	11

## Introdução

Actualmente, graças a um conjunto de ferramentas digitais cada vez mais diversificadas, no âmbito da web 2.0, os utilizadores têm hoje a possibilidade de serem cada vez mais autónomos e criativos na sua relação com o conhecimento, mas também as suas redes de sociabilidade. No que se refere à criação e/ou manutenção de laços com familiares, amigos – por vezes até com desconhecidos cruzados na rede –, as diversas redes sociais apresentam especificidades não só em função das suas configurações respectivas, mas também dos públicos envolvidos. O *Facebook* constitui, sem sombra de dúvida, a rede social digital mais utilizada em todo o mundo, apesar dos contextos políticos e socioculturais locais introduzirem algumas diferenças regionais. Seja como for, neste espaço virtual, os utilizadores partilham e interagem entre si, num processo de comunicação sem precedentes. Mas na comunicação não está apenas em jogo o conteúdo. Os sujeitos moldam eles também esse processo no qual estão em presença um conjunto de estratégias de representação em termos de identidade.

A presente dissertação de Mestrado em Formação e Comunicação Multimédia tem precisamente como tema geral “a “representação de si” nas redes sociais, através de estudo exploratório em torno de uma rede cabo-verdiana no *Facebook*. No âmbito da nossa pesquisa, procuraremos refletir sobre a utilização desta rede social por parte de internautas cabo-verdianos, na sua relação com a tecnologia, mas também a sua comunidade pertença e o país de origem.

Esta investigação de cariz exploratório tem sobretudo três grandes linhas: estudar o impacto desta rede social na comunidade cabo-verdiana, descrever as diferentes “representações de si” em jogo e, finalmente, analisar o modo como os residentes em Portugal comunicam, através das redes sociais, com o país de origem e com outras comunidades espalhadas pelo mundo. Assim sendo, elaborámos um projecto de investigação com a seguinte problemática: Qual é o peso dos percursos individuais dos indivíduos na utilização do *Facebook* ? A partir deste questionamento, formulámos, duas hipóteses de trabalho. Em primeiro, o sexo, o lugar de residência e/ou a actividade académica/profissional são variáveis que definem a utilização desta rede social por parte dos residentes em Portugal e Cabo Verde. Em segundo, a existência de comunidades de estudantes no estrangeiro, aliada a um forte índice de penetração da internet em Cabo Verde, intensifica os laços com o país de origem. O nosso trabalho de campo baseia-se

na análise de uma rede *Facebook* de uma jovem universitária cabo-verdiana a residir em Portugal.

O trabalho que agora iniciamos está subdividido em três capítulos que constituem outras tantas etapas deste projecto de investigação. No primeiro, começamos por contextualizar o território de comunicação, apresentando o território e a população cabo-verdiana e algumas características do país, nomeadamente a força do fenómeno migratório e a implantação progressiva da Internet. No segundo capítulo, apresentaremos a fundamentação teórica sobre as redes sociais (características, evolução, tipologias), percorrendo um conjunto de autores que fundamentam a nossa reflexão. Depois desta breve revisão da literatura, o terceiro capítulo apresenta, de forma mais sustentada, o tema escolhido, as hipóteses de trabalho, a respectiva justificação e a metodologia adoptada, assim como uma breve descrição do universo e da amostra da nossa pesquisa. Por fim, no quarto e último capítulo, procuraremos apresentar alguns dos dados produzidos pelo questionário ao qual responderam 100 utilizadores da mesma rede *Facebook*, seguindo-se uma breve discussão dos resultados.

Em síntese, a nossa investigação tem como objetivo central estudar o impacto da utilização das novas tecnologias, mais concretamente das redes sociais, na comunidade cabo-verdiana, uma vez que estas constituem cada vez mais um meio de comunicação privilegiado entre cabo-verdianos que se encontram dentro e fora do país.

## **I. Cabo Verde: da população à comunicação**

Cabo Verde é um país em constante mudança tendo passado de estatuto de território subdesenvolvido para o de desenvolvimento médio, embora persistem ainda muitos problemas de pobreza e de infraestruturas. Todavia, nos últimos anos, este país com uma forte comunidade migratória tem desenvolvido a acesso às tecnologias digitais, de forma significativa.

### ***A. Enquadramento geográfico***

Com uma superfície total de 4 033 Km<sup>2</sup>, o arquipélago de Cabo Verde situa-se no Oceano Atlântico, ao largo do Senegal e da Mauritânia, a 455 km da costa de África, devendo a sua denominação ao facto de ficar muito próximo do cabo com o mesmo nome. As ilhas de Cabo Verde foram descobertas em 1460 pelos navegadores portugueses António da Noli e Diogo Gomes, na sequência de viagens de exploração da Costa Ocidental Africana. Inicialmente, as ilhas serviram de entreposto comercial e de aprovisionamento, especialmente para o tráfego de escravos, devido à sua localização estratégica nos trajetos que ligavam entre si a Europa, a África e o Brasil.

O território da República de Cabo Verde é formado por dez ilhas, assim como alguns ilhéus e ilhotas. As ilhas estão divididas em dois grupos, de acordo com o sentido do vento. As do Norte (vento dominante de nordeste) pertencem ao denominado Barlavento (Santo Antão, São Vicente, Santa Luzia, São Nicolau, Sal, Boavista e os ilhéus Branco e Raso), enquanto as do Sul (lado oposto ao vento) formam o Sotavento (Brava, Fogo, Santiago, Maio, os ilhéus Grande, Luís Carneiro, Cima e ainda os ilhéus do Rombo ou Secos). As ilhas têm uma origem vulcânica, sendo por isso montanhosas e constituídas por terrenos irregulares, à exceção do Sal, Boavista e Maio que são planas e consideravelmente mais áridas do que as restantes. O arquipélago possui um clima com

características de aridez e semi-aridez (quente, pouca nebulosidade, chuvas escassas e irregulares). A temperatura média anual ronda 25° grau, embora amenizada pela sua localização na extremidade ocidental da faixa do SaheI, graças à ação das brisas marinhas ou à altitude, tornado o clima seco quente com duas estações: a de seca, (Dezembro a Junho) e das águas (Agosto a Outubro), sendo os meses de Novembro e Julho períodos de transição.



**Figura 1: Mapa de Cabo Verde**

Fonte: INE (2014)

### ***B. População, costumes e situação política***

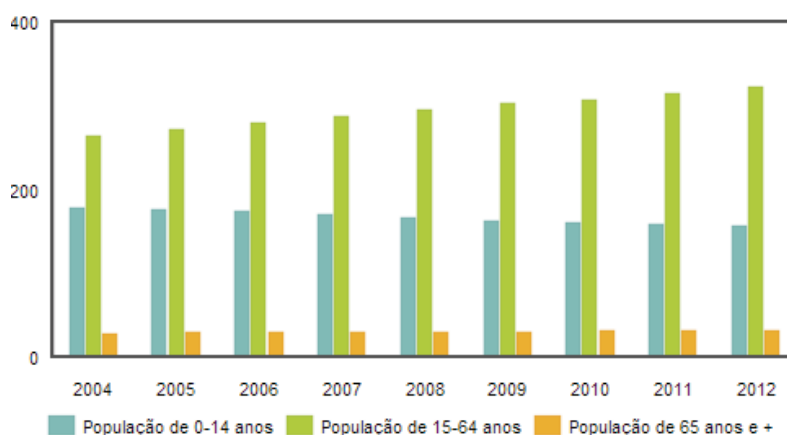
As tabelas 1 e 2 (*infra*) mostram que, em 2010, Cabo Verde contava cerca de 492 000 habitantes, dos quais 62% vive em meio urbano e 38% em meio rural. Por outro lado, 50,5% são mulheres e 49,5% homens, (INE.CV, 2010), apresentando uma população bastante jovem. A idade média é de 26,8 anos e 50% da população tem menos de 22 anos. Cerca de 32% habitantes encontra-se na faixa etária dos zero aos catorze anos e 62% tem entre 15 e os 64 anos. A população com 65 e mais e cinco anos representa uma percentagem muito baixa, (6%). Em 2010, a capital, a cidade da Praia, contabilizava 131 602 habitantes. (INE.CV, 2010)

Tabela 1: A população cabo-verdiana

CONCELHO	Sexo								
	Masculino			Feminino			Total		
	Meio de residência			Meio de residência			Meio de residência		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Ribeira Grande	2302	7556	9858	2323	6709	9032	4625	14265	18890
Paul	685	3143	3828	578	2591	3169	1263	5734	6997
Porto Novo	4837	4589	9426	4593	4009	8602	9430	8598	18028
S. Vicente	35363	2987	38350	35105	2652	37757	70468	5639	76107
Ribeira Brava	954	2932	3886	930	2764	3694	1884	5896	7580
Tarfal de S. Nicolau	1939	796	2735	1827	675	2502	3766	1471	5237
Sal	12840	1042	13882	10999	884	11883	23839	1926	25765
Boavista	3174	2250	5424	2233	1505	3738	5407	3755	9162
Maio	1424	1944	3368	1556	2028	3584	2980	3972	6952
Tarfal	2823	5576	8399	3354	6812	10166	6177	12388	18565
Santa Catarina	5722	14550	20272	6304	16721	23025	12026	31271	43297
Santa Cruz	4555	8300	12855	4790	8964	13754	9345	17264	26609
Praia	62809	1978	64587	65223	1792	67015	127832	3770	131602
S. Domingos	1240	5465	6705	1343	5780	7103	2583	11225	13808
Calheta de S. Miguel	1955	5070	7025	2265	6358	8623	4220	11428	15648
S. Salvador do Mundo	653	3413	4066	753	3858	4611	1406	7271	8677
S. Lourenço dos Orgãos	819	2752	3571	880	2937	3817	1699	5689	7388
Ribeira Grande de Santiago	624	3327	3951	590	3784	4374	1214	7111	8325
Mosteiros	1741	2925	4666	1857	3001	4858	3598	5926	9524
S. Filipe	4081	6896	10977	4044	7207	11251	8125	14103	22228
Santa Catarina do Fogo	325	2271	2596	334	2369	2703	659	4640	5299
Brava	552	2422	2974	575	2446	3021	1127	4868	5995
Total	151217	82184	243401	152456	95826	248282	303673	188010	491683

Fonte: Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (INE.CV), Censo 2010

Figura 2: Distribuição da população por faixa etária



Fonte: INE. CV. 2010

No que diz respeito ao desemprego, Cabo Verde apresentava em 2012 uma taxa de 16.80 %, o que representa um aumento significativo relativo a 2011 (12,20%). Em relação à distribuição por sexo, verificamos que a taxa de desemprego é mais elevada nos homens (17.20%) do que nas mulheres (16.40,%) (INE.CV, 2010)

O povo Cabo-verdiano foi-se constituindo através duma miscigenação muito grande entre mestiços, brancos e negros, o que se nota não apenas na cor da pele, mas também nos hábitos e na forma de vestir, na culinária e no sotaque. O arquipélago tem uma cultura muito enraizada nas músicas típicas, como coladeira, batuque, funaná e a

morna. A culinária é variada com muitos pratos a base de milho e feijão, sendo os mais conhecidos a cachupa e a djagassida.

Embora a língua oficial seja o português, também predomina a língua materna, o crioulo de base lexical portuguesa, falado por praticamente todos os , havendo ligeiras diferenças de ilha para ilha, o que deu origem ao crioulo do Sotavento e ao crioulo do Barlavento. No século XVI, o termo “crioulo” designava os filhos dos escravos nas terras descobertas e ocupadas pelos portugueses. Posteriormente, a palavra passou a designar a língua falada pelos descendentes dos escravos entre eles (ILTEC, s/d).

A partir de 1950, Cabo Verde associou-se à Guiné-Bissau para a independência dos dois povos africanos, em torno da figura de Amílcar Cabral. Nascido em 1924, na Guiné-Bissau de país, criou em 1956 o Partido Africano para a Independência da Guiné e Cabo-Verde (PAIGC), no âmbito da sublevação deste território ultramarino que contribuiu à queda da ditadura em Portugal, a 25 de Abril de 1974. Cabo Verde acede a independência a 25 de Julho de 1975. A democracia parlamentar cabo-verdiana é instituída em 1991, na sequência das eleições pluripartidárias.

De acordo com dados do Banco Africano de Desenvolvimento (BAD, 2010), Cabo Verde é um dos países do continente africano que, nos últimos anos, teve maior recuperação em termos económico, político e social, passando assim para o estatuto de país de rendimento médio, usufruindo de recursos concessionais do Fundo Africano de Desenvolvimento (FAD) e conservando os financiamentos não-concessionais do BAD. (p.13)

### ***C. Uma tradição migratória***

O país vive muito do turismo, da pesca e da agricultura, tendo ainda uma forte tradição migratória. A falta de recursos naturais e chuvas, que contribuem para a sobrevivência do país, fizeram com que muitos fossem para o estrangeiro. Atualmente, a percentagem da população cabo-verdiana emigrada é maior do que a que vive em Cabo Verde, embora seja difícil apresentar estatísticas precisas. De acordo com um estudo de Carling (1997), citado por Pedro Gois (2006), “o número total de e seus descendentes residentes no exterior de Cabo Verde apresenta uma disparidade entre a estimativa menor e a estimativa maior de mais de 250 000 indivíduos” (p. 40). Segundo

estimativas relativas ao número de Cabo-verdianos no estrangeiro (1986-1997), Carling (1997, p.4) refere que o número de emigrantes varia entre os 366 000 e os 620 000. Por seu turno, a Organização Internacional para as Migrações (2010) afirma que, em função das fontes, o número de imigrantes varia entre 199 644 (DRC, 2007) e 518 180 (extinto Instituto de Apoio ao Emigrante - IAPE, 1998).

Em Cabo Verde, é já antigo o processo migratório, a ideia de emigrar como forma de alcançar uma vida melhor. Porém, nota-se atualmente uma ligeira descida no número de emigrantes, tendo em conta a taxa de migração líquida. Houve uma queda de -19,1 imigrantes por cada mil habitantes no ano de 1970-1975. Até 2005-2010 esse valores apontam para -5,1 mas ainda se prevê que no período 2010-2015 haja uma queda para -4,7 migrantes por cada milhar de habitantes (Imo, 2009,p.17). Dos diversos tipos de emigração, os estudantes tem sido uma das populações mais destacadas, em busca de um formação superior no estrangeiro, não existindo porem a estimativas fiáveis relativas aos números destes emigrantes que vivem no estrangeiro. Sabe-se que dos 5 382 estudantes bolseiros e não bolseiros recenseados, cerca de 77% não terão regressado ao país no período de 1997/98 a 2002/2003 (p.18).

Considerando os valores apontados pelo Centro de Pesquisa para o Desenvolvimento em Migrações, Globalização e Pobreza (DRC,2007), no conjunto de emigração cabo-verdiana os destinos mais importantes são Portugal (22%), Estados Unidos (14%), Moçambique e Alemanha, (7% cada), Holanda e Senegal (5% cada). Por seu turno, os dados do Instituto de Apoio ao Emigrante (IAPE, 1998) avançam os números seguintes: Estados Unidos (51%), Portugal (15%), Angola (9%), França (5%) e Senegal (5%).

Segundo os dados dos Serviços de Estrangeiros e Fronteiras (SEF, 2010) a população estrangeira em Portugal era constituída em 2010 por 445.262 cidadãos, sendo a maioria oriundos de países de língua portuguesa (49,51%), destacando-se o Brasil (26,81%), Cabo Verde (9,88%), Angola (5,28%) e Guiné-Bissau (4,45%). Nesse mesmo período, estavam inscritos em Portugal 50.747 pessoas para a emissões de primeiros títulos de residência. Em termos de percentuais, Cabo Verde era o terceiro país com mais emissão de título de residência (4.223: 8% dos títulos), atrás do Brasil com (16.165: 33%), e da Roménia (6.047:12%). Em Portugal, segundo os dados do Sef (2010), estavam então registados 43 979 , o que corresponde a 9,88 % da população

estrangeira residente em Portugal. Desde há muito tempo, logo depois o começo do povoamento das ilhas do arquipélago de Sahel por volta do século XVI e XVII, a população cabo-verdiana “escolheu” Portugal como um dos países de destino. No entanto, depois da obtenção da liberdade e do direito de movimento, no século XX, muitos optaram por Portugal de livre vontade para viver, trabalhar e estudar (Góis, 2008, p.12). De acordo com este autor, a migração de Cabo Verde desenvolve-se em torno de três fases principais: (1) antes da independência de Cabo Verde; (2) a fase pós-independência; (3) a fase da imigração laboral.

A primeira fase, que ocorreu por volta dos anos 60, é marcada pela chegada de trabalhadores convidados com o intuito de substituir a mão-de-obra local da metrópole que emigrou para outros países (França, Alemanha, etc.). Os trabalhadores foram sobretudo para o sector da construção civil e obras públicas. Desta feita, estes emigrantes eram, na sua grande maioria, homens, seguidos posteriormente por mulheres que desempenhavam o papel de doméstica, dando origem a uma comunidade mista em constante crescimento.

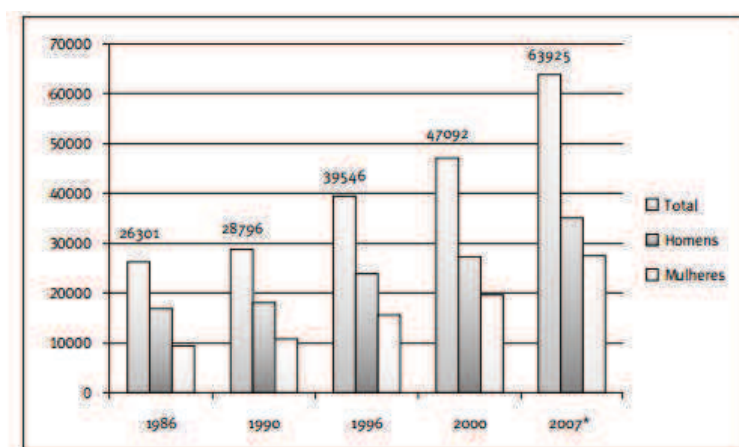
A segunda fase, na qual se destacam os retornados/repatriados, teve início em meados dos anos 70 com o repatriamento dos colonizadores, sendo alguns desses “retornados” com nacionalidade portuguesa. Concentraram-se sobretudo na área metropolitana de Lisboa onde já se encontravam os emigrantes da primeira fase. O número exato desses emigrantes não pode ser contabilizado visto que muitos fizeram uso da nacionalidade portuguesa para imigrar para outros países, como os EUA, Brasil, Holanda, França, África do Sul, entre outros. No decurso desta fase migratória, podemos distinguir dois tipos de migrantes: Os mais desqualificados e os mais qualificados. Os primeiros assemelham-se muito aos seus predecessores que se instalaram em Portugal nos anos de 50/60, tendo começado a trabalhar em sectores como a construção civil e obras públicas, os serviços de limpeza industrial e/ou doméstica ou ainda as vendas ambulantes. Por seu turno, o segundo grupo exerceu cargos mais qualificados, que já desempenhou na época colonial no seio dos serviços públicos ou outros serviços ligados ao Estado português. Esses movimentos migratórios fundam a segunda fase das migrações contemporâneas cabo-verdianas para Portugal.

A terceira fase caracteriza-se por um forte predomínio de fluxos internacionais de trabalho e por um processo de reagrupamento familiar com início nos anos 80, dando

assim origem a uma nova fase na imigração em direção a Portugal. Como acontecera já no período anterior a independência, reaviva-se a corrente migratória, mas desta vez com a emergência dum novo estatuto jurídico-legal. Desta feita alguns imigrantes tornam-se clandestinos, permanecendo nos mesmos sectores de atividade, o que traduz o “sectorização da etnicidade cabo-verdiana” (Góis, 2008, p.12 -17)

População estrangeira residente em Portugal com nacionalidade cabo-verdiana, segundo o sexo

**Figura 3: Estatísticas Demográficas**



Fonte: Estatísticas Demográficas; SEF (vários anos),  
*cit. in* Gois, 2008, p. 9 (dados provisórios)

Paradoxalmente Cabo-Verde também é um país que atrai imigrantes dos diversos tipos, sendo a maioria provenientes de continente africano no âmbito de uma livre circulação de pessoas na Comunidade dos Países da África Ocidental. Segundo a DRC (2007), em 2005 a população imigrante era de 11.183, estimando-se que em 2010 aumentasse para cerca de 12.000. Do conjunto de emigrantes, 16% são de origem portuguesas e os outros 66% são oriundo de países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP). Entre os PALOP, destaca-se Angola com 22%, Guiné-Bissau 8% e Moçambique 1% e, sobretudo, São Tomé e Príncipe com 35% sendo a população com maior número de imigrantes em Cabo Verde.

De acordo com o estudo Francisco de Carvalho, “Imigração em Cabo Verde. Perfil nacional (2009)”, a imigração tem vindo a crescer parcialmente, passando de 8.931, emigrantes em 1991 a 11.183 em 2005 fixando-se em 12035 em 2010. Também o turismo em Cabo Verde se encontra em pleno crescimento. Em 2004, 184.738 turistas

visitaram Cabo Verde, enquanto em 2008 vieram, 333.354 o que corresponde a um aumento de 45%. A maioria dos turistas é proveniente de Portugal (57.854) seguindo-se o do Reino Unido (51.680), segundo os dados do INE (2009).

#### **D. Internet em Cabo Verde**

A introdução das telecomunicações em Cabo Verde teve lugar no ano de 1874, aquando de instalação de primeiro-cabo telegráfico submarino entre a Europa e o Brasil. Os primeiros telefones chegaram ao arquipélago depois de 1919, mas o sector das telecomunicações pouco se desenvolveu no meio século seguinte. Em 1960, havia 188 telefones em todo o país sendo que a primeira central telefónica automática foi criada apenas um ano depois. As grandes mudanças tiveram lugar depois da independência em 1975. (Évora-Sagna et al. 2002, p.10).

De acordo com a Agência Nacional de Comunicações (ANAC), em 1997 existiam apenas 220 computadores em todo o país, dos quais 160 na Cidade da Praia, 50 no Mindelo, e os restantes 10 repartidas pelas outras ilhas, a maior parte dos quais pertencendo a organismos do Estado. Nesse mesmo ano, o número de computadores aumentou para 474, a maioria dos quais na Cidade da Praia. Só a partir de 1999, o uso de computadores por parte de particulares começou verdadeiramente a aumentar.

O facto de Cabo Verde ter uma população não residente superior à residente contribui para que a Internet seja muito importante na ligação e na comunicação entre o país e a diáspora, principalmente mas não só para as segundas gerações, independentemente da sua localização, facilitando os contactos interpessoais assim como a divulgação do património cultural e histórico. Intr fras pag 100

De acordo com o Programa Estratégico para a Sociedade de Informação (PESI, 2005), a Internet foi introduzida em Cabo Verde em 1996 por iniciativa da Cabo Verde Telecom (CVT), através de uma ligação à Telepac de Portugal, por via de uma linha de 64Kbs. Segundo a ANAC (2009, p.13) havia, em 2009, em Cabo Verde, mais cinco empresas autorizadas a comercializar o serviço internet, para além das tecnologias (Dial-up e ADSL) utilizadas pela CVMultimédia. Assim, foram criadas a Cabocon, S.A sediada na Ilha do Sal, (Julho de 2008), a CVWIFI-Provedor *wireless 1ª* (Agosto,

2008) no Mindelo, e a CVMovel (Outubro 2008), assim como MB Investimento na Praia e a TELMAX sedeadada na Ilha Sal que, na altura, não estavam ainda operacionais.

Contrariamente aos outros países, onde nasceu no seio do meio académico, em Cabo Verde a Internet chegou através da iniciativa particular. Foi comercializada a partir de 1997, com a utilização do serviço de Internet DIAL-UP, ou seja uma ligação lenta através do telefone. Só em 2004, surgiu o serviço de banda larga ADSL (Internet rápida), uma novidade que estimulou a concorrência. Segundo o jornal Expresso das Ilhas (20/03/2010), Cabo Verde foi o 29º país africano a ligar-se à Internet, mas a generalização do seu uso não ocorreu de imediato. Hoje ainda, continua fora do alcance da maioria dos devido aos preços de acesso, havendo ainda fraca qualidade do serviço. A Agência Nacional das Comunicações de Cabo Verde (ADSL 2009), considera todavia que o mercado local de telecomunicações se encontra hoje em plena expansão. Por outro lado, o relatório anual das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), publicado pela União Internacional das Telecomunicações (IUT), indica que Cabo Verde é atualmente o quarto país africano com maior taxa de penetração da internet (30%) sendo apenas ultrapassado por Marrocos 49%, Seychelles 41.0% e Tunísia 36.8% (Expresso das Ilhas, 10/11/2011).

**Tabela 2: Evolução dos assinantes da Internet**

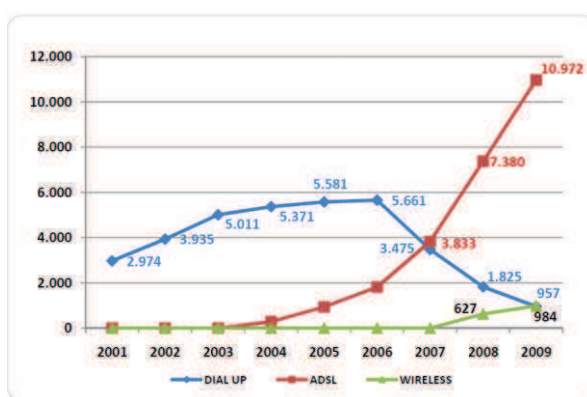
Assinantes	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
DIAL UP	1.139	1.654	2.456	2.974	3.935	5.011	5.371	5.581	5.661	3.475	1.825
ADSL	0	0	0	0	0	0	283	937	1.814	3.833	7.380
WIFI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	727
Internet Móvel GPRS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.865
TOTAL	1.139	1.654	2.456	2.974	3.935	5.011	5.654	6.518	7.475	7.308	14.797

Fonte: ANAC (2008)

Segundo os dados da ANAC (2008), a instalação da internet em Cabo Verde decorreu em três fases. A primeira iniciou-se em 1998 com a instalação na cidade da Praia dos primeiros *routers*, utilizando o DIAL UP tendo aderidos ao serviço nesse mesmo ano 1139 assinantes. A segunda fase ocorreu a partir de 1999 com a instalação de dois *router* na Praia e no Mindelo, com acesso a DIAL-UP e IP, tendo o número de clientes passado para 1 654. A terceira fase constitui na expansão do serviço em todas as ilhas. A partir de 2004, foi introduzido a tecnologia ADSL com a adesão de 283 clientes, registando se no ano seguinte um aumento significativa como número de assinantes a subir para 937. Com o crescimento da ADSL a tecnologia DIAL UP

registou uma quebra no número de assinantes, nomeadamente a partir de 2007, enquanto se registava um crescimento da ADSL. No final do ano 2007, havia em Cabo Verde apenas 7.308 assinantes do serviço Internet, mas em 2008 esse número mais do que duplicou com o aparecimento da tecnologia WIFI e a GPRS. Em 2009 o número de utilizadores aumentou de 28% relativamente ao ano anterior. Por exemplo, o número de cliente do ADSL passou de 7.380 (2008) para 10.972 (2009), o que equivale a um aumento de 3.592 utilizadores. No que se refere aos serviços *wireless*, em período homólogo, passou-se de 627 a 984 utilizadores.

**Figura 4: Evolução da internet em Cabo Verde**



Fonte: ANAC (2009, p.13)

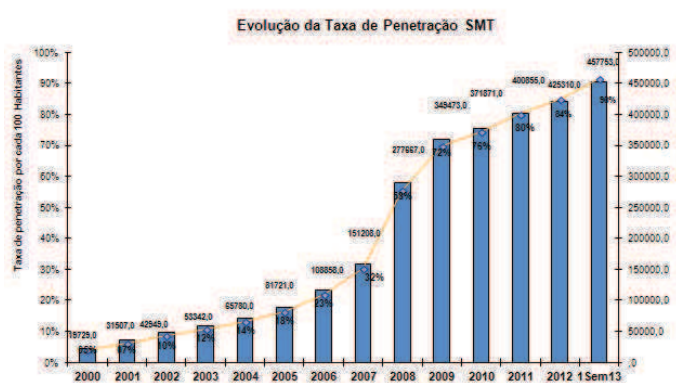
Actualmente, em Cabo Verde existem as chamadas praças digitais espalhadas por todas as ilhas. Segundo Núcleo Operacional da Sociedade de Informação (NOSI, 2012), foi criado na Cidade da Praia o primeiro “spot wireless” em 2008, na Praça Alexandre Albuquerque, no âmbito do projeto KoneKta, inserido no Programa Estratégico para Sociedade de Informação (PESI). Aprovado em Outubro de 2005, esse programa governamental permitiu a criação de 35 praças digitais, através das quais a população pode aceder a net sem fios gratuitamente a partir de pontos estratégicos e das praças públicas municipais. Em 2009, foi ainda implementado o programa *Mundu Novu*, um projecto de parceria entre Cabo Verde e o Portugal, distribuindo 150 000 computadores em todos os níveis de ensino, com o objectivo de dotar todos os alunos, do ensino primário ao superior – bem como os professores – de acesso a Internet. O programa visa também a instalação de mais de 150 telecentros, espalhados por toda a ilha, para o acesso dos jovens à informação e ao conhecimento. Deste modo, estimula-se o acesso ao mundo digital, unindo por exemplo os cabo-verdianos do país e da diáspora,

através do desenvolvimento de infraestruturas de comunicações nacionais e da conectividade em banda larga.

Segundo os dados da ANAC, ao contrário do serviço da Internet, considera-se que o serviço de telefonia móvel teve uma adesão substancial dos subscritores em Cabo Verde. Entre 2000 e o primeiro semestre de 2013, nota-se um grande crescimento como ilustra o quadro seguinte.

**Figura 5: Número de assinantes e taxa de penetração**

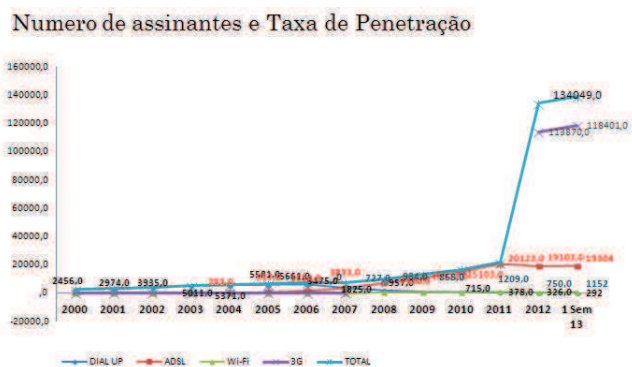
**Numero de assinantes e Taxa de Penetração**



Fonte: ANAC. Com (s.d.)

Conforme ilustram os dados da ANAC, em Cabo Verde, o serviço de telefone móvel no primeiro semestre de 2013 lidera em termos de penetração e crescimento das comunicações eletrónicas. O serviço móvel registou um crescimento em relação ao semestre homólogo de 2012, aumentando 9,6 por cento (%). São mais de 457 mil assinantes do serviço móvel em Cabo Verde, o que perfaz 90 assinantes por cada 100 habitantes. Em três semestres o número de assinantes de internet, mais do que quadruplicou, representando mais de 118 mil, sendo que maioria utiliza os *smartphones*. De acordo com a ANAC, devido ao crescimento do ADSL e da banda larga móvel, quase 30 por cento da população cabo-verdiana tem acesso a esse serviço. No que se refere ao telefone fixo, o número de acessos situa -se acima de 72 mil.

Figura 6: Número de assinantes e taxa de penetração

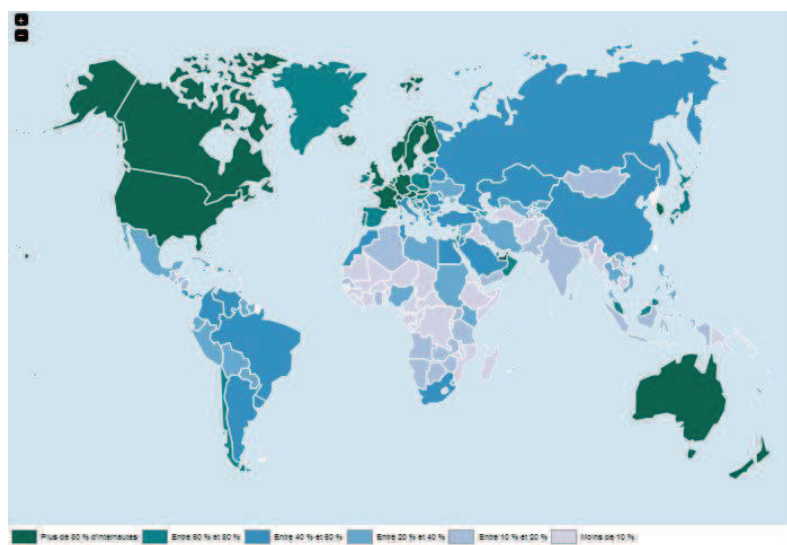


Fonte anac.com

## II. Das redes sociais à “apresentação de si”

Com o aparecimento da Internet, vivemos numa sociedade em rede que permite interligar diferentes lugares e realidades. Segundo Castells, a sociedade em rede “ é a nova estrutura social da era da informação, por mim chamada de sociedade em rede porque é constituída de redes de produção, poder e experiência, constroem a cultura da virtualidade nos fluxos globais os quais, por sua vez transcendem o tempo e o espaço”. (1999, p. 430). Esta nova sociedade encontra-se em constante evolução e apresenta um ritmo bastante acelerado. Como lembra o mesmo autor, as funções e os processos dominantes na era de informação estão cada vez mais organizados em torno de redes (2001, p. 497). As redes constituem a nova morfologia social e a sua difusão modifica, de forma substancial, os resultados dos processos produtivos, as experiências, o poder e a cultura.

Figura 7: Distribuição da internet no mundo



Fonte: [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr) (2013)

Como indicam os dados do quotidiano *Le Monde* (2013) a distribuição da internet no mundo ainda é muito desigual. A Islândia tem cerca de (96%) de utilizadores de internet, a Noruega (95%), Canadá (87%), Alemanha 84%, Estados Unidos (81%), Espanha (72%), Brasil (50%), a Guiné-Bissau (3%), e a Nigéria (1%) números relativos a 2012. Verifica-se uma diferença enorme entre os países da africa e os restantes países.

### **A. *Redes sociais: atores, conexões e grupos***

Neste contexto, a sociedade interroga-se sobre o papel da tecnologia procurando perceber qual o seu impacto no âmbito social, cultural e económico, mas também a título individual, para o próprio indivíduo. De acordo com Pierre Lévy, o ciberespaço – um espaço virtual criado em torno da internet – rompe barreiras na comunicação humana. O acesso e a divulgação da informação mediada pelo computador facilitam a diversidade e aumentam o conhecimento (Lévy, 2001). Este autor considera que alguns dos aspetos principais da sociedade da informação são a conexão planetária, o fim das fronteiras, a unificação das culturas e a inteligência coletiva na economia das ideias. Do seu ponto de vista, “a perspectiva de digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade” (1999, p. 93).

No seu processo de socialização, o ser humano procura instituir métodos que diminuam as suas privações e que permitam uma boa gestão do seu tempo. A utilização das redes sociais enquadra-se neste tipo de estratégias. Segundo Lévy (2001), embora em desenvolvimento lento, a ideia de rutura de espaço e do tempo reforça a ideologia de um mundo novo em direção à ação social. O facto de os indivíduos não terem tanta necessidade de deslocação física aumenta a possibilidade da integração numa ou várias comunidades de pessoas com diferentes necessidades, sejam elas físicas ou cognitivas, transitórias ou permanentes (Bassani & Heidrich, 2008). As redes sociais são estabelecidas em torno de interesses comuns, podendo cada indivíduo usufruir do que considera ser para si mais vantajoso. De acordo com Sherry e Turkle (1995), reconstruímos a nossa identidade quando atravessamos o ecrã para penetrarmos em comunidades virtuais. A internet é outro elemento da cultura digital que contribui para encararmos a identidade como multiplicidade.

Embora as redes sociais existam há séculos, doravante revolucionam a forma como comunicamos, graças à evolução da tecnologia. Essa evolução veio também transformar o processo de educação para adultos e crianças, permitindo que as pessoas se conectem entre si, comunicando e trocando informação em tempo real. Num período marcado por muitas transformações, surgiu a World Wide Web (www) ou simplesmente a web. Segundo Berners-Lee *et al.* (1994), a Web “foi desenvolvida para ser um repositório do conhecimento humano, que permitiria que colaboradores em locais distintos partilhassem as suas ideias e todos os aspetos de um projeto comum” (1994, p. 76). Para Valente e Mattar, “na web 1.0, os sites funcionam como folhetos virtuais, em que o usuário vai e “pega” algo” (2007, p.86), sendo utilizador um consumidor de informação e conteúdo. Com a chegada da web 2.0, termo para designar a segunda geração da internet, onde todos estão ligados a todos também através das redes sociais, (MySpace, Facebook, Delicious, Flickr, etc.), o utilizador deixa de ser mero consumidor, para passar a ser igualmente produtor de conteúdos e informações que partilha com os outros. Para além do uso da internet para consulta quase exclusiva de páginas web, envio de *e-mails*, passou-se a dar uma grande importância a relação entre os utilizadores, a chamada sociedade em rede.

A internet encontra-se em plena mudança, por isso defini-la é entender como os utilizadores e a rede se relacionam. Como recorda Figueiredo, “as redes sociais sempre existiram e não surgiram com a tecnologia. Há séculos que a sociedade é subdividida em grupos sociais que compartilham interesses comuns” (2009, p.29). Por ser um tema abrangente, não há uma definição única de rede social. Martello (2001, p.72), por exemplo, defende que as redes sociais se constituem em torno da partilha de interesses valores ou crenças em comum, entre um conjunto de indivíduos, que interagem entre si e criam relações complexas. Por sua vez, Downes (2005, p. 72) salienta que uma rede social é “um conjunto de indivíduos ligados entre si por um conjunto de relações”. Segundo Castells, as redes “são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação” (2008, p. 566). Finalmente, para Mattelart e Mattelart, “a rede compõe-se de indivíduos conectados entre si por fluxos estruturados de comunicação” (2006, p. 160).

Tanto Wasserman e Faut (1994), como Degenne e Forse (1999), “de finem a rede social como base em dois elementos: os atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós

da rede), e as suas conexões, (interações ou laços sociais de um grupo) ”.Para estes autores, não é possível separar os atores das suas *conexões* (Recuero, 2009, p.24). A autora defende também que as redes sociais são constituídas através de laços sociais criados através de um conjunto de interações de utilizadores no seu dia-a-dia podendo ser fortes ou fracos. Os laços mais fortes são mantidos com amigos, os que fazem parte do nosso círculo mais íntimo, aqueles que nos conhecem, e os laços mais fracos são cultivados com aqueles que não fazem parte da nossa rede de sociabilidade mais próxima. (2013, p.2).

Segundo Nataniel Oliveira (2011), a primeira rede social surgiu em 1995, ficando conhecida como *Classmates*, através da qual os utilizadores podiam comunicar e interagir entre si. As redes sociais evoluíram a partir de 1997, com o aparecimento da AOL Instant Messenger, possibilitando a interação dos utilizadores por meio de mensagens instantâneas, enviadas e respondidas num espaço de segundos. O *Sixdegrees* (1997) foi a primeira rede a possibilitar a criação do próprio perfil por meio de um cadastro de informações. Em 2002, foi criado o *Friendster*, a mais parecida com o modelo das redes sociais atuais, sendo um grande passo para a evolução deste ramo da internet.

O *MySpace* e o *LinkedIn* nasceram em 2003. O *Myspace* especializou-se na música enquanto o *LinkedIn* se centrou nos perfis profissionais. A partir de 2004 começa a segunda geração das redes sociais com a web 2.0. Neste mesmo ano surgiu o *Orkut* e o *Facebook*, sendo o *Orkut* mais popular em países como o Brasil ou a Índia. O *Facebook* foi-se constituindo progressivamente como a rede social com maior número de utilizadores e visitantes, tornando um sucesso planetário até os dias de hoje. O *Twitter* apareceu em 2006 e o *Google +* em 2011.

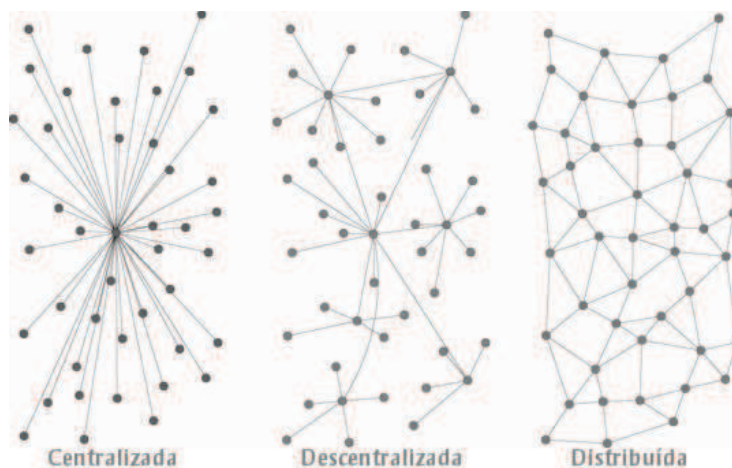
## ***B. Tipo e propriedades de redes sociais***

Segundo Recuero, em função do uso que lhes dão os atores, há dois tipos de redes: as redes emergentes e as redes de filiação ou associação. Todavia, ambos podem existir na mesma rede em função do modo como analisamos a mesma. Assim cada rede pode ter características diferenciadas (2009, p.92).

Para Recuero, as redes emergentes são expressas através de interações entre atores sociais. São redes em que a interação e a conexão são feitas através do computador, ou seja é uma comunicação mediada por computador, construída periodicamente através de laços sociais alimentadas através de diálogos. É uma rede pequena, formada por conversação e trocas de comentários criando uma certo grau de intimidade a partir do qual se fortalecem laços sociais que, com o passar do tempo, se tornam laços fortes. É uma rede mantida para fazer amigos, dando e ganhando confiança. É uma rede onde podemos ver as interações no site (2009, p. 92- 94). Nas redes de filiação ou associação existe apenas um conjunto de atores, embora possa ser medida por duas variáveis importantes: os atores-individuais e os eventos, o que explica que essa rede possa ser chamada de dois modos. Essas redes permitem inferência social, porque quanto maior é o número de contextos divididos pelos indivíduos maior é a possibilidade de ocorrer relação social (Recuero, 2009, p. 97). Essa rede pode ser extensa, visto que não tem custo nenhum ao contrário das emergentes. Pode ser constituída através de laços fracos. Mesmo não havendo interações, há conexões (p.99). Outros autores apresentam uma tipologia diferente. De acordo com Garton et al. (1997), existem dois tipos de redes sociais: as redes completas ou globais e as redes egocêntricas. As redes completas ou globais caracterizam-se, antes de mais, por uma maior quantidade de informação, possibilitam uma pesquisa mais pormenorizada. Para Hanneman (2001), o que muitas vezes faz com que haja uma divisão da rede por grupos é o facto de nem sempre existir uma ligação entre os participantes destas redes. Ainda segundo Garton (1997), a análise das redes egocêntricas consiste a partir de um utilizador para fazer o estudo da relação numa rede específica. Existem dois tipos de redes egocêntricas: as puras e as interligadas. Nas egocêntricas puras, tem-se apenas em conta a relação do utilizador principal com os outros utilizadores. Nas egocêntricas interligadas, estuda-se relação entre os utilizadores, e não apenas a relação do utilizador principal com os outros membros de rede. Numa análise aos padrões das redes sociais, Augusto de Franco (2008, citado por Recuero, 2009, p. 56) considera que as topologias são essenciais para a compreensão das redes sociais. Franco parte dum memorando de Paul Baran (1964) para afirmar que as redes sociais possuem três topologias básicas possíveis: centralizada, descentralizada e distribuída. Ainda segundo Recuero, a rede centralizada é aquela em que todas as informações passam por um dos nós rede (o centro), onde a informação é centralizada e depois distribuída. Como refere Baran (1964), essa rede tem o formato de estrela. Por seu turno, a rede descentralizada possui

vários centros, ou seja funciona como várias redes centralizadas conectadas entre si, conectando vários outros grupos. Finalmente, na rede distribuída não existem centros e qualquer nó da rede possui mais ou menos a mesma quantidade de conexões (Recuero, 2009, p.57).

**Figura 8: Diagramas das Redes de Paul Baran**



Fonte: Baran (1964, p. 2) cit.in Recuero, 2009, p. 56

Ainda segundo Recuero (2009), as redes sociais possuem propriedades específicas: como o grau de conexão, densidade, centralidade, centralização e multiplexidade. “O grau de conexão é simplesmente a quantidade de conexões que um determinado nó possui. Dois nós que são conectados entre si são ditos adjacentes e os nós aos quais um determinado nó é adjacente são denominados vizinhança” (p. 71). Assim, se observamos um perfil no *Facebook*, o grau de conexão deste perfil será a quantidade de conexões (amigos) que o perfil possui. Por seu turno, a densidade é a medida que descreve o grau de conexão de uma determinada rede. Como explica Scott (2000, p. 69), este conceito “descreve o nível geral de conexão entre os pontos de um grafo” (citado por Recuero, 2009, p. 72). Assim sendo, “a densidade é uma proporção do número de conexões de um grafo em relação ao número máximo de conexões que o mesmo grafo suporta” (Degenne & Forse,1999, Scott, 2001, citados por Recuero, 2009, p. 72).

Por outro lado, “a centralidade de um nó é a medida da popularidade desse nó. Essa popularidade é geralmente associada ao quão central ele é para uma determinada

rede” (Recuero 2009, p. 72). A autora defende que há uma certa confusão entre os termos centralidade e centralização. Para dirimir esse conflito, Scott (2000) distingue o “ponto de centralidade” e a “centralidade do grafo” (ou centralidade global). “O ponto de centralidade seria efetivamente o que se chama de centralidade, ou seja, as relações de centralidade entre os nós de um grafo. A centralidade do grafo (ou centralidade global) tem a ver com a centralização, pois trata da centralidade em relação aos demais grafos” (citado por Recuero, 2009, p. 73). Por outro lado, Scott (2000) define a centralização “como a medida de centralidade do grafo e, portanto, como uma das medidas de rede inteira, como a densidade. Apesar das diferenças de nomenclatura, a maioria dos autores concorda com o facto de que a centralização é uma medida do grafo, enquanto a centralidade é uma medida dos nós” (citado por Recuero, 2009, p. 75). Finalmente, a multiplexidade refere-se à medida dos diferentes tipos de relações sociais que existem numa determinada rede. De acordo com Recuero (2009), “uma rede é multiplexa quando há uma variação na quantidade de relações sociais que aparecem na rede” (p.77).

### ***C. Algumas redes sociais***

Segundo Giovana Santos Figueiredo (2009) “desde o surgimento da web 2.0, o assunto “rede sociais” é um dos temas mais discutidos não só no mundo da web e da comunicação, mas também a da publicidade e do marketing” (p.26). O Hi5 é uma rede social virtual fundada em 2003 por Ramu Yalamanchi. Os utilizadores podem criar uma página pessoal na qual divulgam os seus interesses, idade e local de habitação, bem como carregar imagens que outros utilizadores podem comentar. O site também disponibiliza a possibilidade de criar álbuns de fotografia, bem como instalar um leitor multimédia para reproduzir as canções favoritas. Os utilizadores podem ainda trocar entre si pedidos de amizade, sendo possível aceitar ou rejeitar os mesmos, bem como bloquear diretamente outros utilizadores.

O *Myspace* foi criado por Tom Anderson, em Julho de 2003, tendo sido vendido parcialmente em 2005 à empresa Intermix Media por 580 milhões de dólares, sendo uma das redes sociais com o maior número de utilizadores na época. O *MySpace* é um serviço de rede social que usa a Internet para uma comunicação *online* através de uma rede interativa de perfis de utilizadores, fotografias e blogs e permite a criação duma

comunidade de “amigos”. No *MySpace* existem dois tipos de conta: o *MySpace* básico e o *MySpace Music*. A primeira é uma conta normal na qual os utilizadores podem criar o seu perfil, enviar mensagens, fazer *upload* de fotos e vídeos, procurar e adicionar contacto através dos perfis, enquanto a segunda é mais direccionada para a promoção musical. A grande diferença em relação ao outro tipo de conta é que permite fazer o *upload* até seis músicas.

O *Flickr* é um *site* que permite, originalmente, apenas a publicação de fotografias e textos acompanhados de comentários, mas que recentemente acrescentou também a possibilidade de publicação de vídeos. As imagens publicadas podem ser etiquetadas com palavras-chaves que são integradas num motor de busca. O *site* permite ainda aos seus utilizadores criarem álbuns para armazenamento de fotografias e entrarem em contacto com fotógrafos de todo o mundo.

O *Orkut*, uma rede social que alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros. É um sistema criado em 2004 por Orkut Buyukknkten – também ele aluno da Universidade de Stanford e funcionário do *Google* – a partir de uma versão embrionária chamada *Club Nexus*, desenvolvida em 2001. Para ingressar no *Orkut* é necessário criar uma conta no *Google*. Só depois poderá criar um perfil, que permite personalizar a página inicial com cores e temas.

O *YouTube* foi criado em Fevereiro de 2005 por três jovens que trabalhavam para a empresa de transferências bancárias *PayPal*, tendo-se tornado em pouco tempo numa das redes sociais mais acedidas em todo mundo. O *YouTube* é uma rede social mais vocacionada para os vídeos, permitindo aos utilizadores fazerem o *upload* de vídeos em formato digital (*flash*), com um interface bastante simples para qualquer utilizador sem necessidade de altos níveis de conhecimentos técnicos. Em 2006, o *Youtube* foi comprado pelo *Google* tendo sido considerado a invenção do ano 2006 pela revista norte-americana *Times*. Em Março de 2008 o *YouTube* criou o ‘*YouTube Insight*’, de modo que qualquer utilizador com uma conta no portal possa aceder as estatísticas detalhadas dos vídeos que publica, a nacionalidade dos utilizadores que visualizam cada vídeo e os momentos em que as visualizam, aumentando assim a popularidade do utilizador, como o objetivo o aumento da qualidade do conteúdo.

Figura 9: Portais de redes sociais

1.Hi5



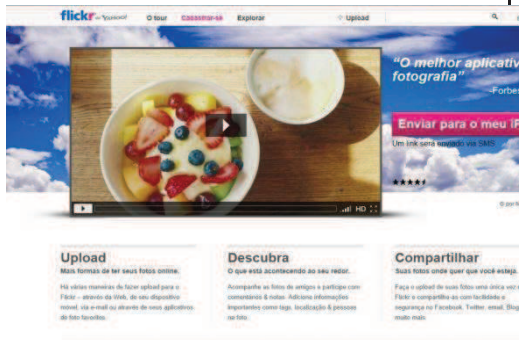
Fonte:www.Hi5.com

2.Facebook



Fonte:www.Facebook.com

3. Flickr



Fonte:www.flickr.com

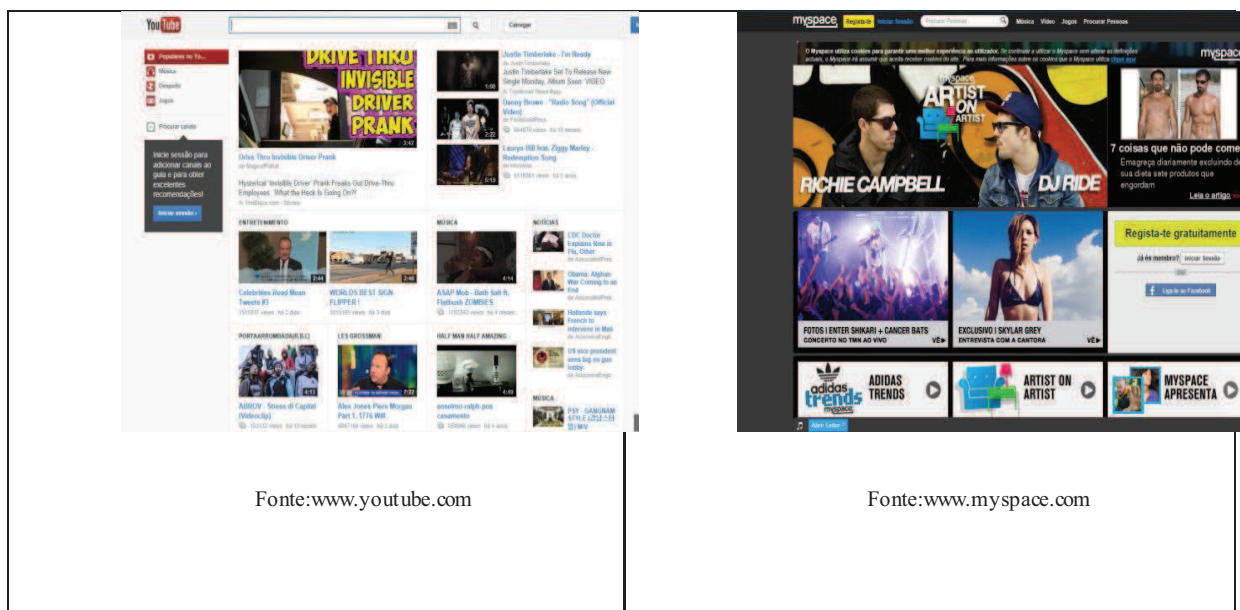
4. Orkut



Fonte:www.orkut.com

5.youtube

6.Myspace



Fonte:www.youtube.com

Fonte:www.myspace.com

O *Facebook* foi criado em 2004 por Mark Zuckerberg, então estudante de Harvard, só podendo ser utilizado inicialmente pelos estudantes daquela universidade. Progressivamente, esta rede foi alargada aos estudantes de todas as universidades dos Estados Unidos e, em 2005, aos alunos de todas escolas norte-americanas. A partir de 2006, o *Facebook* foi aberto ao público em geral, em qualquer parte do mundo, afirmando-se em 2009 como a rede social com maior número de utilizadores no mundo, com cerca de 300 milhões de perfis. Segundo associação portuguesa para o desenvolvimento das comunicações APDC (2014), no final de 2013, “a empresa estava cotada em bolsa e tinha 1,23 mil milhões de utilizadores ativos por mês. O equivalente a um sexto da população mundial. Sendo que cerca de 945 milhões de utilizadores acediam à rede social através de dispositivos móveis”

“Quando lançamos o *Facebook* em 2004, nosso objetivo era criar um jeito mais rico e rápido das pessoas dividirem informação sobre o que estava acontecendo ao seu redor. Pensávamos que dando para as pessoas melhores ferramentas para elas se comunicarem, isso ajudaria a entenderem melhor o mundo, o que faria com que elas tivessem mais poder de transformá-lo” (Zuckerberg 2008).

Para criar um perfil no *Facebook* basta ter um endereço eletrónico. Ao tornar se membro, cria se o perfil podendo expor informações pessoais sobre família, trabalho, gosto musical, relacionamento e outras. Assim cada utilizador forma a sua rede de amigos solicitando um pedido de amizade aos interessados podendo ainda ver os amigos que têm em comum com os demais utilizadores. Há a possibilidade de conversar, por intermédio de mensagens, com outros utilizadores.

Figura 10: Perfil do *Facebook*



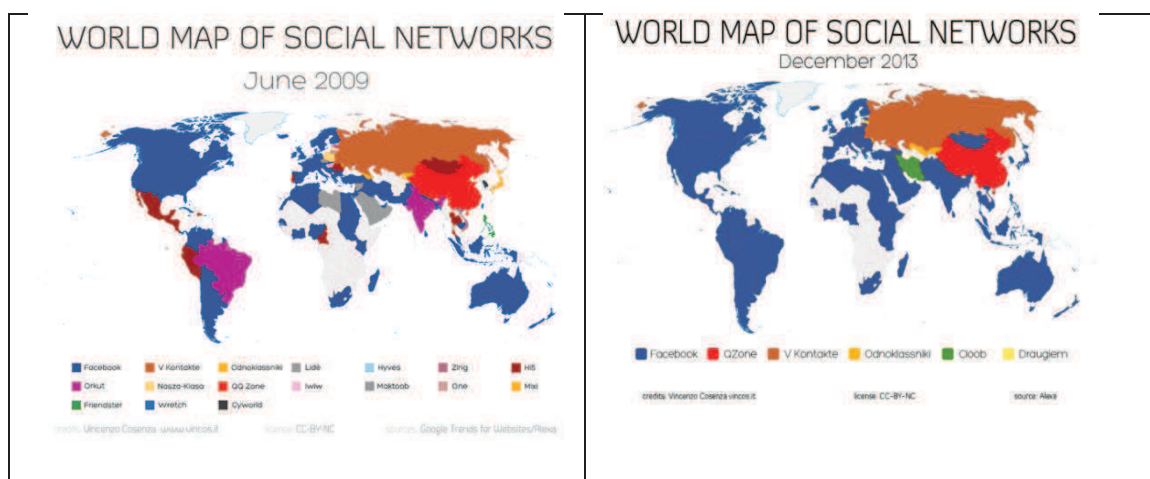
O *Facebook* dispõe de um sistema que auxilia o utilizador a localizar “amigos” através do nome e do *e-mail*. Apresentando várias ferramentas como a exibição do perfil, divulgação de eventos, *postagem* de fotos e vídeos, *feed* de notícias. O *Facebook* é muito utilizada atualmente para interações, por diversos motivos, seja de estudo, trabalho, relacionamento ou diversão. Pode ser acedida através de aplicativos gratuitos, para utilizador via telefone, *tablets*, *smartphones*. Não há limites de caracteres a serem postados. A partilha de informação, é feita de forma livre no perfil fazendo com que cada um expressa da sua forma embora um perfil possa suprimido ou temporariamente fechado devido a publicações consideradas inadequadas. Assim a informações partilhadas espalham de forma incontrolável em questões de minutos nas diversas redes sociais dos usuários, dentro do *Facebook*. Segundo David Kirkpatrick (2011, p.15):

“Sendo uma forma de comunicação fundamentalmente nova, o *Facebook* também produz efeitos interpessoais e sociais fundamentalmente novos. O Efeito *Facebook* acontece quando a rede social põe as pessoas em contato umas com as outras, às vezes de forma inesperada, em torno de algo que tenham em comum: uma experiência, um interesse, um problema ou uma causa. Isso pode acontecer em pequena ou grande escala - desde um grupo de dois ou três amigos ou uma família até milhões, como na Colômbia. O software do *Facebook* imprime uma característica viral à informação. As ideias o *Facebook* têm a capacidade de se espalhar pelos grupos e fazer com que um grande número de pessoas tome conhecimento de algo quase simultaneamente, propagando-se uma pessoa para outra e para muitas com uma facilidade rara – como um vírus ou meme. Você pode enviar mensagens para outras pessoas mesmo que não esteja explicitamente tentando fazer isso”.

Com o passar do tempo, algumas redes deixaram de existir. Nota-se uma certa evolução no número de redes existentes entre 2009 e 2013. Nas imagens *infra*, vê-se algumas redes sociais poucos conhecidas em Portugal, como o Ozone e o *V Kontakte* são muito usados na Rússia, a *Odnoklassniki* na Ásia o *Cloob* no Irão, onde o *Facebook* é proibido.

“O *Facebook* tem agora 1,189 bilhão de usuários ativos mensais, mas está crescendo menos rapidamente do que antes (ele adicionou apenas 34 milhões de usuários ativos em 6 meses). 351 milhões de usuários na Ásia, 276 milhões na Europa, 199 milhões nos EUA e Canadá, 362 milhões em países restantes (de acordo com o Q3 2013 *Earnings*)”.(world map 2001)

**Figura 11: Mapa mundial de utilização de sites de redes sociais (2009 e 2013)**



#### ***D. Comunidades virtuais e “representação de si”***

Na era da globalização os termos “virtual” e “real” nem sempre são bem utilizados. Para Manuel Castells, “a realidade, como é vivida, sempre foi virtual porque sempre é percebida por intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa à sua definição semântica” (1999, p. 395). Com o aparecimento da Comunicação Mediada por Computador (CMC), mudou a sociedade e a forma com vivemos. Muitos autores definem as novas comunidade como “comunidades virtuais” (Recuero, 2001,p.5). Para Lévy (1999), uma comunidade virtual “é um grupo de pessoas se correspondendo mutuamente por meio de computadores interconectados” (p.

27) que se constrói sobre “afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, por meio de cooperação ou de troca, independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.” (p. 127). O mesmo autor define o Virtual como o que não está presente, há um desprendimento do aqui e agora (1996, p. 19). Segundo Lévy, a comunidade virtual é:

“Um movimento geral de virtualização afecta hoje não apenas a informação e a comunicação mas também os corpos, o funcionamento económico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência. A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição do “nós”: comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual.. Embora a digitalização das mensagens e a extensão do ciberespaço desempenhem um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização.” (1996, p. 11)

Como recorda este mesmo autor, “virtual nasceu do latim medieval *virtualis*, que por sua vez é oriundo de *virtus*, o qual significa força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato...” (1996, p. 15). A intersecção entre essas diferentes comunidades reside no facto dos seus membros se corresponderem no ciberespaço (Jacira Carvalho, 2009). Ainda de acordo com Rheigold (1996), o ciberespaço é um espaço para além da Internet ou seja, “um espaço conceptual onde se manifestam palavras, relações humanas, dados, riquezas e poder da tecnologia de CMC (Comunicação Mediada por Computadores)” (p. 18).

Segundo Recuero “uma das primeiras mudanças importantes detetada pela comunicação mediada por computador nas relações sociais é a transformação da noção de localidade geográfica das relações sociais, embora a internet não tenha sido a primeira responsável por esta transformação” (2009, p.135). Também Castells “explica que o desaparecimento do “lugar” geográfico como forma de sociabilidade não é um elemento recente e que nada tem a ver como o advento exclusivo da internet” (cit. in Recuero, 2003, p.106).

Rheingold (1996), refere-se ainda às comunidades virtuais como “agregados sociais surgidos na Rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço” (p.18). Para Kollok e Smith (1999), o ciberespaço tornou-se “o lar de milhões de pessoas que se encontram para trocar informações, discutir interesses mútuos, jogar e levar adiantes negócios” (p.16).

A definição de comunidade virtual não é padronizada. Não há unanimidade entre os vários autores. Para entender a comunidade no ciberespaço, recorre-se, por vezes a noção de *virtual settlement*, de modo a perceber as diferenças entre comunidade e seu suporte e também situar corretamente a ideia de comunidade virtual. Para Recuero, o *virtual settlement* é “um ciber-lugar, que é simbolicamente delineado por um tópico de interesse, e onde uma porção significativa de interatividade ocorre” (2002, p.37-38). Segundo a mesma autora, há quatro características que definem a *virtual settlement*: 1) um nível mínimo de interatividade, (se não existir uma troca mínima de comunicações não existe o settlement); 2) uma variedade de comunicadores (são pessoas que interagem entre si, está associada a primeira característica); 3) um espaço público comum, (algumas ferramentas como *Facebook* Orkut entre outros onde é estabelecida uma relação); 4) um nível mínimo de associação sustentada, (tem que existir uma troca constante entre os utilizadores, se essa troca existir apenas uma vez não fazem desse suporte um settlement) (p.38). A comunidade virtual é diferente do seu *virtual settlement*, mas tendo um ponto em comum o espaço publico onde a maior parte da interação da comunicação se desenrola. Segundo Recuero a “comunidade é diferente do seu suporte tecnológico” (2002, p.38).

A nossa pesquisa utiliza ainda alguns conceitos desenvolvidos pelo interaccionismo simbólico, nomeadamente nos trabalhos de Erving Goffman. Como nos lembra, Antunes da Cunha (2009, p.183), “o conceito de identidade, indissociável do de alteridade, está intimamente ligado aos mecanismos de identificação e de diferenciação, aquilo a que Erving Goffman apelida de estratégias de apresentação de si na vida quotidiana (Goffman, 1973)”. Numa perspectiva interaccionista simbólica, “cada face a face entre dois ou mais indivíduos só pode ser entendido à luz do historial e das representações dos grupos de pertença respetivos” (Antunes da Cunha, 2009, s.p.). O mesmo se passa numa rede social como *Facebook*, embora a interação não seja presencial, pelo menos fisicamente. Também aqui, “a ação do sujeito enquanto ator social define-se a partir duma série de parâmetros (discursos, gestos, olhares, posicionamentos, rotinas), nem sempre assumidos de forma consciente, que têm em vista produzir e/ou consolidar uma imagem de si, insuflando um determinado sentido à interação” (idem, 2009).

A rede social é também um espaço para interação trocas de informação, relacionamento, na qual o utilizador se apresenta tal como deseja ser visto, ou seja

reinventado, e construindo a sua identidade. Segundo Castells & Cardoso (2005), há dois tipos de construções da identidade: a identidade individual “entendida no sentido de si próprio enquanto indivíduo, dotado de certas características e potencialidades” e a identidade coletiva, “entendida como o sentido de si próprio enquanto membro de um grupo social. Trata-se do sentido de pertença, da noção de fazer parte de uma coletividade”. (p. 281) Segundo este autor, na construção da identidade coletiva, a televisão desempenha um papel muito importante, enquanto a identidade individual é mais influenciada pela internet. Hoje cada vez mais as pessoas confiam nos recursos digitais para criarem as suas próprias identidades, (p. 282). O uso dos media tradicionais como a televisão para a construção da identidade é vertical, (de um para muitos ou vice-versa), enquanto na internet utiliza-se mais uma dimensão horizontal, (de muitos para muitos). Uma rede social como o *Facebook* incorpora múltiplas identidades pessoais, sendo um meio cada vez mais utilizado para as pessoas se mostrarem ou se exibirem.

### **III. Estudo exploratório: uma rede do *Facebook***

O nosso interesse por esse tema surge em primeiro lugar, devido a utilização pessoal da rede social *Facebook*, da qual fazemos parte e à qual dedicamos muito tempo para comunicar com amigos, amigos dos nossos amigos, uma rede que também hoje em dia é um enorme oportunidade para fazer negócios, concluir o seu percurso profissional, etc. Trata-se por um lado, de um instrumento de comunicação e lazer cada vez mais utilizado. Por outro lado, no nosso caso específico, enquanto estudantes a residir num país estrangeiro, este tipo de rede social permite-nos estar em contacto permanente com os nossos familiares, amigos e com a vida quotidiana do nosso país. Embora a utilização da internet e das redes sociais pelas diásporas tenha já dado lugar a uma série de estudos, os trabalhos que versam especificamente sobre a comunidade cabo-verdiana são praticamente inexistentes. Pretendemos com este trabalho perceber qual o contributo das redes sociais quer no processo de socialização de jovens, quer na relação estabelecida com o país e a cultura de origem.

A nossa pesquisa foi pensada como um estudo exploratório. Segundo Yin (2005) esta metodologia serve para se testar uma hipótese ou teoria explicitada (p.24). Chizzotti (1995, p. 102), por sua vez, defende que o estudo de caso “é a pesquisa para coleta e registro de dados de um ou vários casos, para organizar um relatório ordenado e crítico ou avaliar analiticamente a experiência com o objetivo de tomar decisões ou propor ação transformadora.” Para o mesmo autor (1994) o Estudo de Caso pode ser conduzido para um dos três propósitos básicos: explorar, descrever e explicar. Queremos todavia chamar a atenção para o facto de, no final, a nossa pesquisa constituir mais um estudo exploratório devido a algumas limitações que abordaremos mais a frente.

## ***A. O peso dos percursos individuais***

Esta investigação tem sobretudo tudo três grandes objetivos. Em primeiro lugar, pretendemos estudar o impacto da utilização das novas tecnologias, mais concretamente das redes sociais, na comunidade cabo-verdiana, uma vez que estas constituem cada vez mais um meio de comunicação privilegiado entre os que se encontram dentro e fora do país. Num segundo tempo, procuramos descrever as diferentes “representações de si” – expressão utilizada na corrente interaccionista simbólica pelo sociólogo Erving Goffman – no *Facebook*, através da análise de perfis, fotos, publicações e gestão do estatuto privado/público de diversos utilizadores. Finalmente trata-se de analisar o modo como os residentes em Portugal comunicam, através das redes sociais, com o país de origem e com outras comunidades espalhadas pelo mundo.

Tendo em conta esta realidade, elaboramos um projeto de investigação com a seguinte problemática:

Qual é o peso dos percursos individuais dos indivíduos na utilização do *Facebook*?

Neste âmbito formulámos, as seguintes hipóteses de trabalho:

1. O sexo, o lugar de residência e/ou a atividade académica/profissional são variáveis que definem a utilização desta rede social por parte dos residentes em Portugal e Cabo Verde.
2. A existência de comunidades de estudantes no estrangeiro, aliada a um forte índice de penetração da internet em Cabo Verde, intensifica os laços com o país de origem.

Seguindo Fonseca (2002), “ a pesquisa qualitativa se preocupa com aspetos da realidade que não podem ser quantificados, centrando se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais ”. E a “ pesquisa quantitativa dominante, tem vindo a alargar o seu campo de atuação a áreas como a psicologia e a educação. Diferentes da pesquisa qualitativa os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados ”. (p. 20). Para Reis (2010), a abordagem quantitativa “ dá ênfase aos dados visíveis e concretos, e a qualitativa aprofunda aquilo que não é aparente ” (p.15)

**Quadro 1: Investigação Quantitativa vs. Qualitativa**

	QUALITATIVA	QUANTITATIVA
TIPOS DE PERGUNTAS	Perguntas com grande profundidade	Perguntas com profundidade limitada
TAMANHO DA AMOSTRA	Pequena	Grande
INFORMAÇÃO POR ENTREVISTADO	Muitas	Varia
ADMINISTRAÇÃO	Requer entrevistadores com habilidades especiais	Menor habilidades especiais requeridas
TIPOS DE ANALISE	Subjetiva, interpretiva	Estatística, sumarização
HARDWARE	Gravadores, projetores, videos, fotos, guias de discussão	Questionarios, computadores, documentos impressos
CAPACIDADE PARA REPLICA	Baixa	Alta
TREINAMENTO DO PESQUISADOR	Psicologia, sociologia, psicologia social, comportamento do sondador, marketing, pesquisa de marketing	Estatística, modelos de decisoes, sistema de apoio a decisoes, programação de computadores, marketing, pesquisa de marketing
TIPOS DE PESQUISA	Exploratória	Descritiva ou causal

(Morita, 2012, p. 72-73)

Apesar de utilizamos a técnica do questionário para a recolha de dados, o nosso estudo, é de natureza qualitativa. Segundo Carmo (2008), nesta análise “o mais importante é a novidade, o interesse” (p.3). Deste modo, optamos por uma análise estatística simples, dada a natureza exploratória do presente trabalho.

A recolha de informação para a nossa pesquisa foi efectuada através de um questionário, que “é um instrumento de investigação não participante baseada numa sequência de questões escritas, que são dirigidas a um conjunto de indivíduos, envolvendo as suas opiniões, representações, crenças e informações factuais, sobre eles próprios e o seu meio” (Quivy & Campenhoudt, 1992, p.s/d).

Como recordam Carmo e Ferreira (2008), num inquérito por questionário não há esclarecimento de dúvidas no momento da inquirição, por isso tem que se ter muita atenção na sua elaboração. O sistema de pergunta tem que ser bem organizado por temáticas e as questões mais difíceis deixadas para a parte final (p.154). O inquérito por questionário é bastante fiável desde que se respeitem os procedimentos metodológicos quanto à sua concepção (p.156)

Malheiro (2008, p.164) sintetiza, da seguinte forma, as vantagens e inconvenientes da pesquisa por questionário:

### Vantagens

- Sistematização;
- Maior simplicidade de análise
- Maior rapidez na recolha e análise de dados
- Mais barato

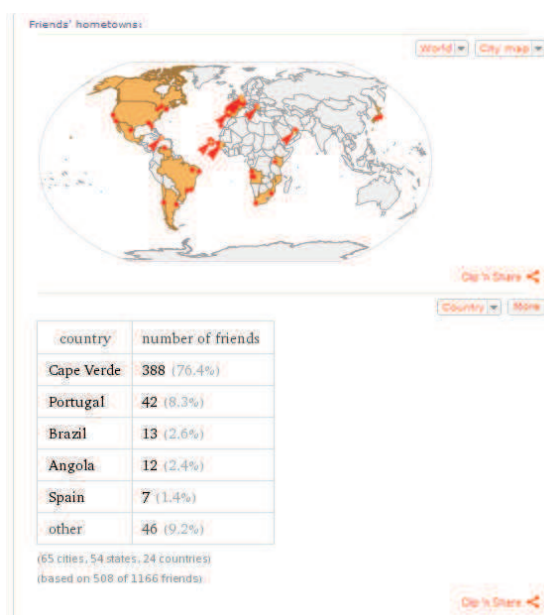
### Inconvenientes

- Dificuldade de conceção
- Não é aplicável a toda a população
- Elevada taxa de não respostas

## B. Universo e amostra

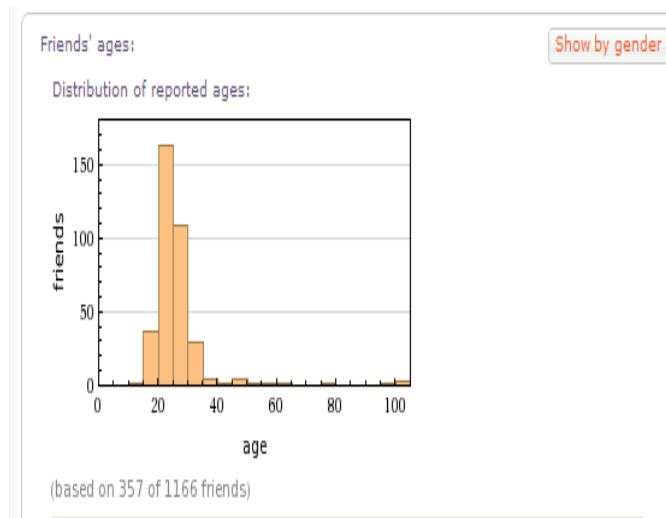
O universo da nossa pesquisa é constituído por uma rede *Facebook*, com 1166 amigos pertencente a uma estudante universitária cabo-verdiana a residir em Portugal há cerca de 7 anos. A seguinte análise foi efetuada a partir dos dados de 3 outubro de 2012 através do aplicativo Wolframalpha (<http://www.wolframalpha.com>).

Figura 12: Distribuição de amigos por continente



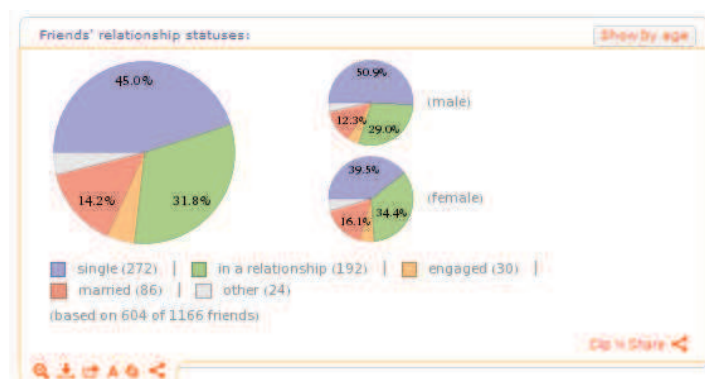
Dos 1166 amigos que fazem parte desta rede, 508 disponibilizam informações acerca do país. As maiorias são originárias de Cabo Verde (76,4%); seguindo-se Portugal (8,3%), Brasil (2,6%), Angola (2,4%) e Espanha (1,4%), num conjunto de 24 países e 55 cidades recenseadas.

**Figura 13: Idade**



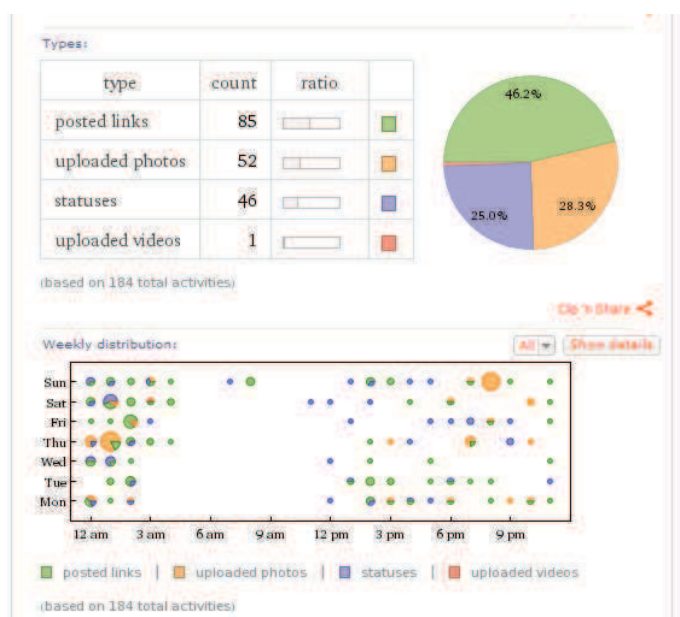
A maioria dos membros da rede tem entre 20 e 30 anos, sendo que o mais novo afirma ter 14 anos e o mais velho 103. Como é evidente que os números colocados pelos utilizadores podem não corresponder a realidade, Pela análise da rede observa-se que dos 1166 amigos, 1085 identificam o seu sexo havendo uma diferença mínima entre ambos: mulheres (49,8 %) e homens (50,2%).

**Figura 14: O estado da relação**



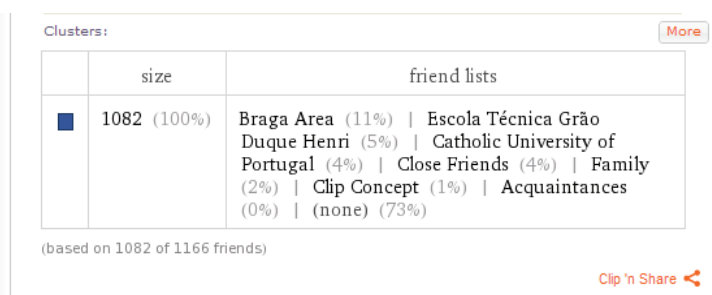
De um total de 1166 amigos, o programa refere o estado da relação de 604, sendo 45% (272 indivíduos) solteiro, 31,8% (192 indivíduos) comprometido numa relação e 14,2% casado.

**Figura 15: Atividades**



Numa análise à atividade *on-line* de 184 membros da rede, verificamos que 46,5% partilha ligações, 28,3% carrega fotos/imagens, 25% altera/atualiza o seu estado e apenas 0,5% (o que corresponde a um indivíduo) carregam vídeo.

**Quadro 2: Análise de dados segundo grupos**



Dos 27% utilizadores identificados neste parâmetro, esta comunidade subdivide-se em vários grupos relativos a territórios delimitados, instituições ou círculos de sociabilidades: Braga (11%), escola técnica Grão Duque Henri (5%) Universidade Católica Portuguesa (4%), família (2%), loja de roupa Clip Concept (1%), sendo que a maioria não está integrado em nenhum grupo desta rede (73%).

Como já referimos, este estudo baseia-se num inquérito a partir de universo de cerca de 1.200 utilizadores de uma rede social (*Facebook*) de uma jovem universitária cabo-verdiana de 25 anos, residente em Portugal. Deste universo foram seleccionados 100 indivíduos que constituem a nossa amostra (amostra por conveniência), dos quais 50% são do sexo masculino e 50% são do sexo feminino.

Desses indivíduos, 91% tem entre os 20 a 34 anos, 8% entre 13 a 19 anos e 1% entre 35 a 49 anos. Na concepção, decidimos não subdividir mais as faixas etárias, uma vez que a variável idade não foi definida como sendo um vetor a analisar no âmbito de nossa pesquisa. Não dizemos que não se trata de uma variável significativa, mas apenas que decidimos centrar a nossa atenção noutros vetores. Procurámos concentrar-nos num grupo constituído por jovens adultos (20-34 anos), utilizadores que constituem a maioria quer do universo, que da amostra. Cerca de 66% possuem a licenciatura, 23% frequentaram ou completaram o Ensino Secundário (7<sup>a</sup> ao 12<sup>o</sup> ano) e 11% possuem o Mestrado. A maioria dos inquiridos é estudante (53%), seguindo-os trabalhadores-estudantes (21%), trabalhadores por conta de outrem (14%), desempregados/as (11%) e por fim trabalhadores por conta própria (1%). Relativamente à nacionalidade, os dados indicam que a maioria dos inquiridos é Cabo-verdiano (93%), seguindo-se a nacionalidade portuguesa (5%) e francesa (1%). No que se refere ao lugar de residência, verifica-se que a maioria vive em Portugal (66%), seguindo-se Cabo Verde (23%), Brasil (3%), França (3%), Espanha (1%) e Reino Unido (1%). No que diz respeito ao estado civil, 95% são solteiros, 3% encontram-se em união de facto e 2 são casados. De seguida, apresentamos um quadro que sintetiza as principais características da nossa amostra.

**Quadro 3: Caracterização da amostra**

<b>Sexo</b>	<b>N</b>
Feminino	50
Masculino	50
<b>Idade</b>	
De 13 a 19 anos	8
De 20 a 34 anos	91
De 35 a 49 anos	1
<b>Escolaridade</b>	
Ensino Secundário (7 <sup>a</sup> ao 12 <sup>o</sup> ano)	23
Ensino Superior (Licenciatura)	66
Mestrado	11
<b>Situação académica</b>	
Estudante	53
Trabalhador-estudante	21
Trabalhador por conta de outrem	14
Desempregado/a	11
Trabalhador por conta própria	1
<b>Nacionalidade</b>	
Cabo-verdiana	93
Portuguesa	5
Francesa	1
Outros	1
<b>Onde vive</b>	
Portugal	66
Cabo Verde	23
Brasil	3
França	3
Outros	3
Espanha	1
Estados-Unidos	1
<b>Estado Civil</b>	
Solteiro (a)	95
Casado(a)	2
União de facto	3
Divorciado (a)/Separado(a)	0
Viúvo(a)	0

### C. Concepção do inquérito por questionário

Depois de uma observação das interacções entre diversos utilizadores do *Facebook*, obtivemos autorização de uma utilizadora para ter acesso ao seu perfil. Elaborado o questionário que testamos junto de 5 utilizadores – enviamos através da referida rede um convite a todos os membros para responder a um breve questionário. Depois de recolhidas 100 questionários, procedemos a análise das respostas através de uma análise estatística simples.

**Quadro 4: Caracterização das perguntas do questionário**

Pergunta	Tipos de resposta	Obrigatório
1. Idade	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
2. Sexo	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
3. Escolaridade	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
4. Situação académica/profissional	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
5. Nacionalidade	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
6. Onde vive	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
7. Estado civil	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
8. Quantas vezes em média utiliza o <i>Facebook</i>	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
9. Nos dias em que utilizo o <i>Facebook</i> passo (por dia) em média:	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
10. Para além do <i>Facebook</i> que outras redes sociais utilizam:	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Não
Se sim, indique somente as 3 redes sociais que mais utiliza (por ordem importância)?	Escolha múltipla (Várias respostas), fechada	Sim
11. A partir de que lugar (es) acede, às redes sociais? (Indique somente 3 locais, por ordem de importância)	Escolha múltipla (Várias respostas), fechada	Sim
12. Com que finalidade utiliza as redes sociais? (Indique 5 finalidades, por ordem de importância, sendo 1 a mais importante e 5 a menos importante) [Jogar]	Escolha múltipla (Várias respostas), fechada	Sim
13. Participa a algum grupo no <i>Facebook</i> ? [De amigos]	Escolha múltipla (Várias respostas), fechada	Sim
14. Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu através do <i>Facebook</i>	Escolha múltipla (Várias respostas), fechada	Sim
15. Tem fotos pessoais no seu perfil do <i>Facebook</i>	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
16. O seu perfil é	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim
17. Na relação com Cabo Verde, utilizou sobretudo o <i>Facebook</i> para:	Escolha múltipla (uma resposta única), fechada	Sim

O pré-teste junto de cinco utilizadores permitiu-nos, rectificar algumas perguntas que não eram suficientemente claras, assim como rever algumas alternativas de escolha.

O inquérito questionário encontra-se organizado em duas grandes partes. A primeira faz referência à caracterização dos indivíduos inquiridos (sexo, idade,

escolaridade, situação profissional, nacionalidade, residência, estado civil) e a segunda é constituída por 10 perguntas sobre a utilização do *Facebook*.

Este questionário foi concebido utilizando a ferramenta especializada online de formulário do Google Docs. Recorremos a esta ferramenta porque permite um acesso simples ao questionário, conferindo uma maior rapidez de resposta. Tem ainda a vantagem dos dados das respostas ficarem disponíveis graficamente durante o preenchimento dos mesmos e de ser facilmente partilhada.

Para concluir o preenchimento do questionário é necessário responder a todas as perguntas de carácter obrigatório. Um *e-mail* de apresentação com a introdução do *link* para o questionário “Jovens e *Facebook*” foi enviado aos utilizadores e amigos do utilizador do *Facebook*. O questionário encontrava-se em anexo. Os dados foram recolhidos entre outubro e dezembro de 2012.

Posteriormente as respostas foram exportadas para Excel. Os dados recolhidos são confidenciais e privados, só se podendo aceder com Login e *password*.

Nos questionários delineados, os tipos de respostas usados foram: escolha múltipla (uma ou várias respostas); matriz de opções (várias respostas por linha) e caixa de comentário (resposta aberta). Os formatos de exibição destas respostas são botões de seleção dispostos em posição vertical e horizontal; caixas de texto com uma linha de 100 caracteres e caixas de três linhas de 100 caracteres respetivamente.

## IV. Análise dos Resultados

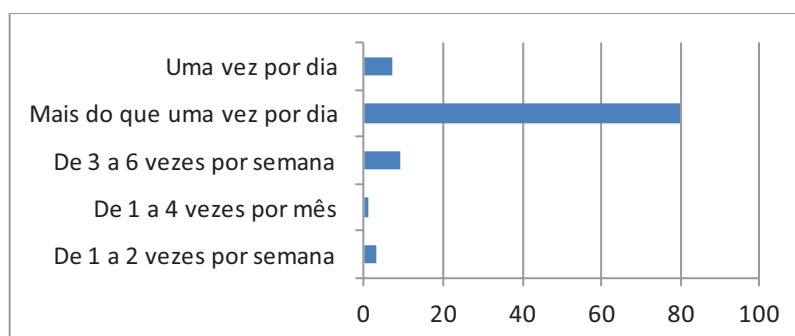
Depois de, no capítulo anterior, termos abordado as questões relativas à metodologia, prosseguiremos doravante com a apresentação e discussão dos resultados a partir da análise dos questionários administrados no âmbito do nosso trabalho de campo.

### A. Dados sobre a utilização das redes sociais

Os dados recolhidos junto da nossa amostra permitem-nos esboçar diversos perfis, embora o facto de se tratar dum estudo de cariz exploratório nos deixe mais pistas de reflexão do que verdadeiras conclusões

#### 1. Média de utilização do *Facebook*

Figura 16: Quantas vezes utiliza o *Facebook* ?



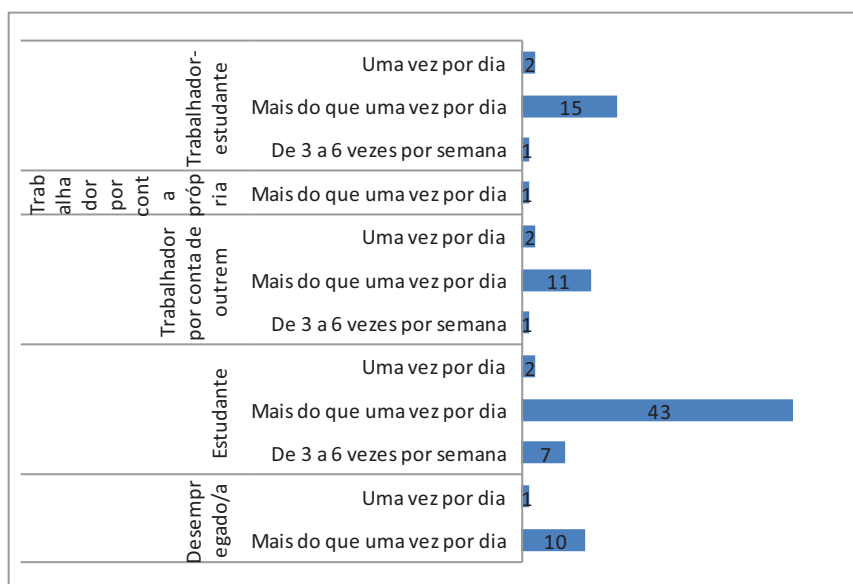
Conforme ilustra a figura 16, dos 100 inquiridos 80 utilizam o *Facebook* mais do que uma vez por dia, 9 passa de 3 a 6 vezes por semana e 7 passa uma vez por dia. Dos 11 utilizadores desempregados, 10 (91%) dizem aceder a internet mais do que uma vez

por dia, e apenas 1 (9%) diz aceder uma vez por dia. Dos 74 estudantes, 58 (78) mais do que 1 vez por dia, 8 (10%) de 3 a 6 vezes por semana, e 4 (5%) dizem aceder uma vez por dia. Dos 15 trabalhadores 12 (86%) acedem mais do que uma vez por dia, 1 (6%) acede de 3 a 6 vezes por semana e 2 (13%) uma vez por dia.

Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 56 (84%) dizem aceder mais do que uma vez por dia a internet, 4 (6%) de 3 a 6 vezes por semana, e 6 (9%) uma vez por dia. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde 15 (65%) dizem aceder mais do que uma vez por dia, 5 (21%) dizem aceder de 3 a 6 vezes por semana e 1 (4%) que afirmam aceder uma vez por dia

Não se registam grandes diferenças entre sexos, uma vez que 40 dos 50 homens da nossa amostra alegam aceder mais do que uma vez por dia a internet, seis fazem-no de 3 a 6 vezes por semana e 4 uma vez por semana. No que se refere às 50 mulheres que responderam ao inquérito, os números são os seguintes: 40 acedem mais do que uma vez por dia, 4 de 3 a 6 vezes por semana e 3 uma vez por semana.

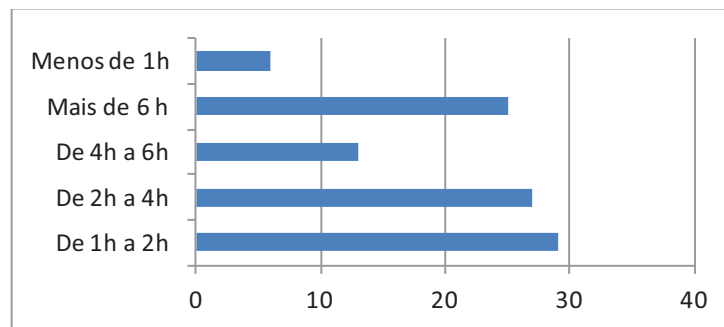
**Figura 17: Quantas vezes utiliza o Facebook (situação académica/profissional)**



## 2. Tempo passado na rede

Analisando o tempo de permanência diário nas redes sociais, verifica-se (figura 18) que cerca de 29% dos indivíduos interrogados utiliza o *Facebook* entre/durante 1 a 2 h, 27% entre 2 a 4 h, 25% mais de 6h.em termos globais, mais de 90% da nossa amostra passa mais de 1 h por dia no *Facebook*.

Figura 18: Nos dias que utilizo o *Facebook* passo (por dia) em média...



Dos 11 utilizadores desempregados, 3 (27%) dizem passar de 1 h a 2h por dia no *Facebook*, 1 (9%) diz passar de 2 h a 4 h, 4 (36) diz passar mais de 6h.. Dos 74 estudantes, 19 (26%) dizem passar de 1 h a 2h, 25 (34%) dizem passar de 2h a 4h, e 15 (20%) mais de 6h. Dos 15 trabalhadores 7 (47%) dizem passar de 1 h a 2h, 1 (7%) diz passar de 2 h a 4 h e 6 (13%) mais de 6 h.

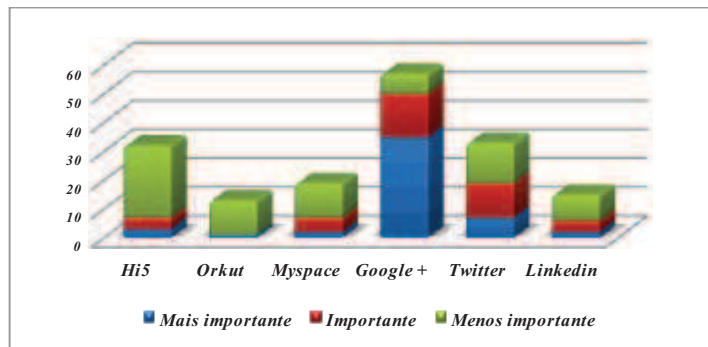
Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 15 (23%) dizem passar de 1 h a 2h, 15 (23%) dizem passar de 2h a 4h, e 18 (27%) dizem passar mais de 6h. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde 11 (48%) dizem passar de 1 h a 2h, 8 (35%) dizem passar de 2h a 4h, e 4 (17%). Dos 11 utilizadores que estão nos outros países (Franca, Espanha, brasil, Estados Unidos, outros) 3 (27%) dizem passar de 1 h a 2h, 4 (36%) dizem passar de 2h a 4h e 3 (27%) diz passar mais de 6 h.

Dos 50 homens da nossa amostra 16% diz passar, em média, cerca de 1 h a 2h por dia no *Facebook*, 13% de 2h a 4h e 11 mais de 6h. Das 50 mulheres, 13 afirma passar 1 h a 2h por dia, 14 de 2h a 4h, e 14 mais de 6h.

### 3. Tipos de redes sociais utilizadas

Nesta questão, constatou-se que dos 100 inquiridos, 32% não utiliza nenhuma outra rede para além do *Facebook*. Os 68% que utilizam outras redes sociais apontaram nas três primeiras posições o *Google+* (28%), *Twitter* (16), é o *Hi5* (16%).

Figura 19: Indique somente as três redes que utiliza, por ordem de importância?



Dos 11 utilizadores desempregados, 4 (55%) dizem utilizar o *Google +*, com os mesmos números o *Twitter* e o *Hi5* 3 (27%). Dos 66 estudantes, 41 (55%) dizem utilizar o *Google +*, 26 (35%) o *Twitter* e 25 (34%) o *Hi5*. Recordar-se que um mesmo utilizador pode aceder a varias redes sociais, o que explica que ultrapassemos os 100%. Dos 15 trabalhadores, 12 (80%) dizem utilizar o *Google +*, 4 (27%) o *Twitter* e 4 (27%) o *Hi5*. Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 34 (56%) o *Google+*, 21 (32%) o *Twitter*, e 23 (35%) o *Hi5*. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde 14 (61%) dizem utilizar o *Google +*, 6 (26%) dizem utilizar o *Twitter*, e 4 (17%) dizem utilizar o *Hi5*. Dos 11 utilizadores que residem nos outros países 9 (82%) dizem utilizar o *Google +*, 6 (55%) dizem utilizar o *Twitter* e 5 (45%) dizem utilizar o *Hi5*.

No que se refere aos homens, para 28% dos inquiridos o *Google +* é a segunda rede mais utilizada, seguida do *Hi5* (18%) e do *Twitter* (16%), sendo para as mulheres os números muito semelhante: *Google +* (29%), *Twitter* (17%) e o *Hi5* (15%).

#### 4. Acesso a internet

No que diz respeito ao local de acesso à internet, além da própria residência, que aparece como o principal local de acesso (36%), outros ambientes são citados com uma certa recorrência, como é o caso da escola/universidade (21%), os espaços públicos (19%), seguindo-se o local de trabalho (12%), o café (7%) e, por fim, a *lan house* (5%).

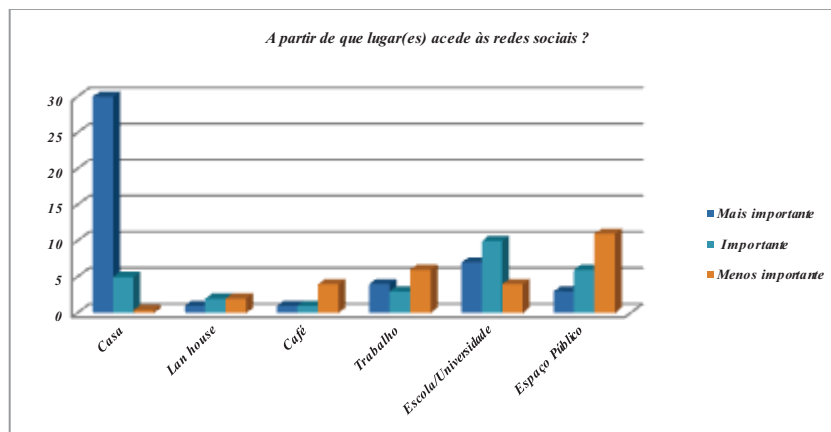
Concentramo-nos agora nos três locais mais utilizados pelos inquiridos para aceder a internet. Dos 11 utilizadores desempregados, 11 (100%) dizem aceder a partir de casa, 3 (27%) nas escolas/ universidade e 4 (36%) nos espaços públicos. Dos 74 estudantes, 72 (97%) acede em casa, 51 (69%) escola/ universidade e 39 (53%) espaços públicos. Dos 15 trabalhadores, 15 (100%) acede em casa, 4 (27%) nas escolas/ universidade e 8 (53%) nos espaços públicos.

Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 65 (98%) dizem aceder em casa, 43 (65%) nas escolas/ universidades e 34 (51,5%) nos espaços públicos. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde, 23 (100%) acedem em casa, 8 (35%) na escola/ universidade e 9 (39%) nos espaços públicos. Dos 11 inquiridos que vivem nos outros países, 10 (91%) acedem em casa, 7 (63%) na escola e universidade e 8 (73%) nos espaços públicos.

Apesar da internet em Cabo Verde esta a chegar lentamente as casas dos Cabo-verdianos todos os membros da nossa amostra residentes no arquipélago têm um acesso doméstico. Com a criação das praças digitais a internet tem chegado de forma gratuita, facilitando assim a sua utilização a um painel mais largo da população.

Em Cabo Verde, os preços de internet estão razoavelmente limitados, mas o valor é considerado relativamente alta se tivermos em conta o rendimento mensal dos habitantes. Nota-se ainda que há poucos cibercafés, sendo este um dos motivos para a baixo uso da internet em Cabo Verde. O acesso as redes sociais através das *lan* ficou em último lugar nas respostas dos membros da nossa amostra.

**Figura 20: A partir de que lugar(es) acede as redes sociais?**

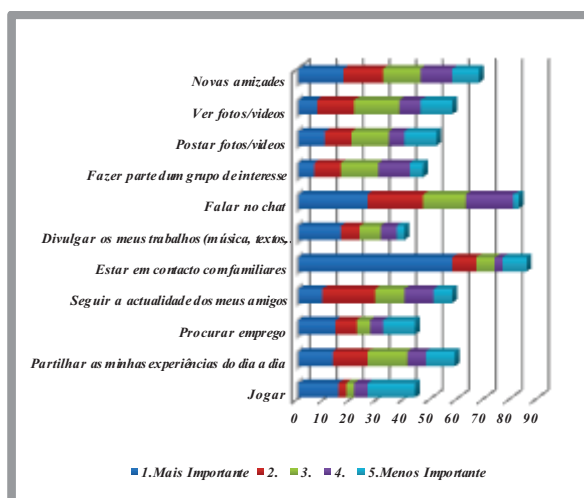


## 5. Principais objectivos no uso das redes

Entre as principais actividades mediadas pela internet os três mais utilizados pelos inquiridos são: estar em contacto com a família (86%), falar no *chat* (83%) e fazer novas amizades (68%) considerando que um inquirido pode fazer levar a cabo as três actividades. Dos 11 utilizadores desempregados, 10 (91%) utilizam o *Facebook* com a finalidade contactar os familiares, 7 (64%) para falar no *chat* e 6 (55%) para fazer novas amizades. Dos 74 estudantes, 62 (84%) referem a contacto com a família, 64 (86%) falar no *chat* e 52 (70%) fazer novas amizades. Dos 15 trabalhadores, 14 (93%) dizem contactar familiares, 12 (80%) falar no *chat* e 10 (97%) fazer novas amizades. Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 56 (85%) utilizam-no para contacto com a família, 52 (79%) para falar no *chat* e 44 (67%) para fazer novas amizades. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde 20 (87%) para contactar familiares, 22 (96%) para falar no *chat* e 16 (70%) para fazer novas amizades.

No que se refere aos inquiridos do sexo masculino 42 utiliza as redes sociais para estar em contacto com a família, 41 para falar no *chat* e 37 fazer novas amizades. No que se refere aos inquiridos do sexo feminino 44 para estar em contacto com a família, 42 falar no *chat* e 31 fazer novas amizades.

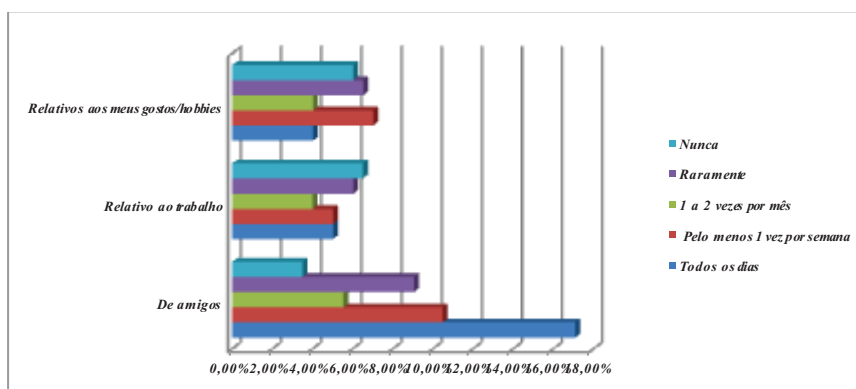
**Figura 21: Com que finalidade utiliza as redes sociais? (indi que cinco finalidades, por ordem de importância, sendo 1 a mais importante e 5 a menos importante)**



## 6. Criação de grupos nas redes

Nas redes sociais, é possível formar alguns grupos de modo que cada utilizador poderá separar os seus contactos, por grupos. Alguns dos grupos mais conhecidos são os “grupos de amigos”, rede considerada mais privada onde se convivem com o círculo mais próximo, se trocam experiências do dia-a-dia, os “grupos relativos aos gostos”, constituído por pessoas com algumas afinidades em temas de gostos, e o “grupo de trabalho” do qual faz parte pessoas do nosso ambiente de trabalho. A criação de grupos nas redes sociais serve sobretudo para filtrar as publicações e os conteúdos em função dos destinatários.

**Figura 22: Participa em algum grupo no Facebook**



Dos 11 utilizadores desempregados, 9 (82%) participam em grupos formados por amigos, 6 (55%) em grupos relativos ao trabalho e 7 (64%) relativos aos gostos pessoais. Dos 74 estudantes, 68 (92%) grupos amigos, 39 (53%) relativos ao trabalho e 4 (5%) relativos aos gostos. Dos 15 trabalhadores, 14 (93%) aos amigos, 8 (53%) ao trabalho e 8 (53%) aos gostos.

Dos 74 utilizadores que residem em Portugal, 58 (88%) aos amigos, 35 (53%) relativo ao trabalho e 37 (56%) relativos aos gostos. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde, 22 (96%) aos amigos, 12 (52%) relativo ao trabalho e 12 (52%) relativo aos gostos. Do que residem nos outros países 11 (100%) aos amigos, 6 (55%) relativo ao trabalho e 6 (55%) relativo aos gostos pessoais.

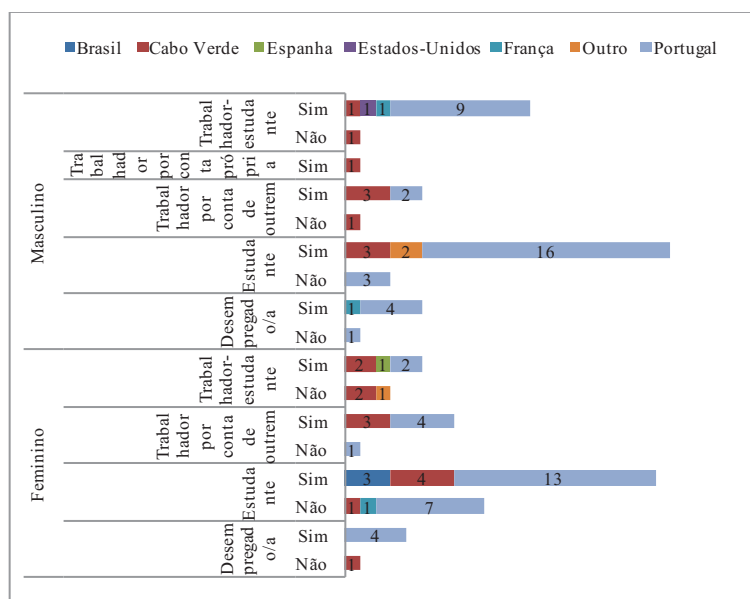
Da meia centena de homens que constitui a nossa amostra, 47 tem grupo de amigos, 30 grupo relativo aos seus gostos/hobbies e 29 relativo ao trabalho. No que se refere as inqueridas mulheres, 44 tem grupo de amigos, 25 relativo aos seus gostos/hobbies e 24 relativo ao trabalho.

## **7. Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu através do *Facebook*?**

Segundo a nossa pesquisa, 80% dos inquiridos já encontrou alguém que conheceu através do *Facebook*. Dos 11 utilizadores desempregados, 9 (82%) dizem que já encontraram pessoalmente alguém que conheceram através do *Facebook*. Dos 74 estudantes, 58 (78%) dizem ter feito a mesma experiência. Dos 15 trabalhadores 13 (87%) também se encontraram com desconhecidos.

Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 54 (82%) deram uma resposta positiva enquanto dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde foram 17 (74%) e dos 11 utilizadores que residem nos outros países foram 9 (82%).

**Figura 23: Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu no *Facebook*?**

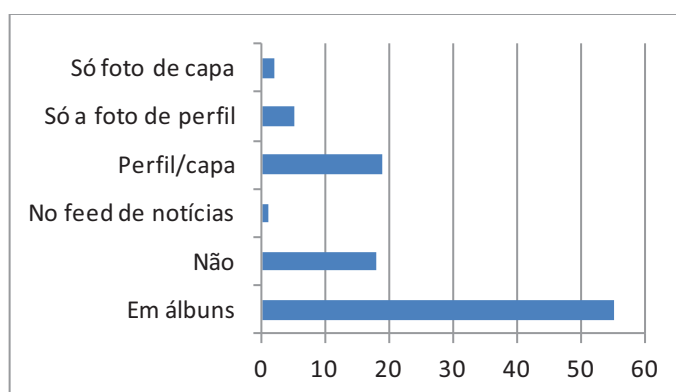


Dos inquiridos do sexo masculino 44 ( dos 50 ) referem já se ter encontrado com alguém que conheceram através do *Facebook*. No que se refere as mulheres 36 alegam já se ter encontrado com desconhecidos.

### 8. Fotos pessoais no *Facebook*

Como é possível ver na figura 24, menos de um quinto (18 %) dos inquiridos afirma não ter fotos pessoais no perfil do *Facebook* sendo que a maioria (82%) tem essa pratica. Destes 55% diz ter foto no album, 19% no perfil/capa, 5% só foto de perfil, 2% só foto de capa e 1% no feed de noticia.

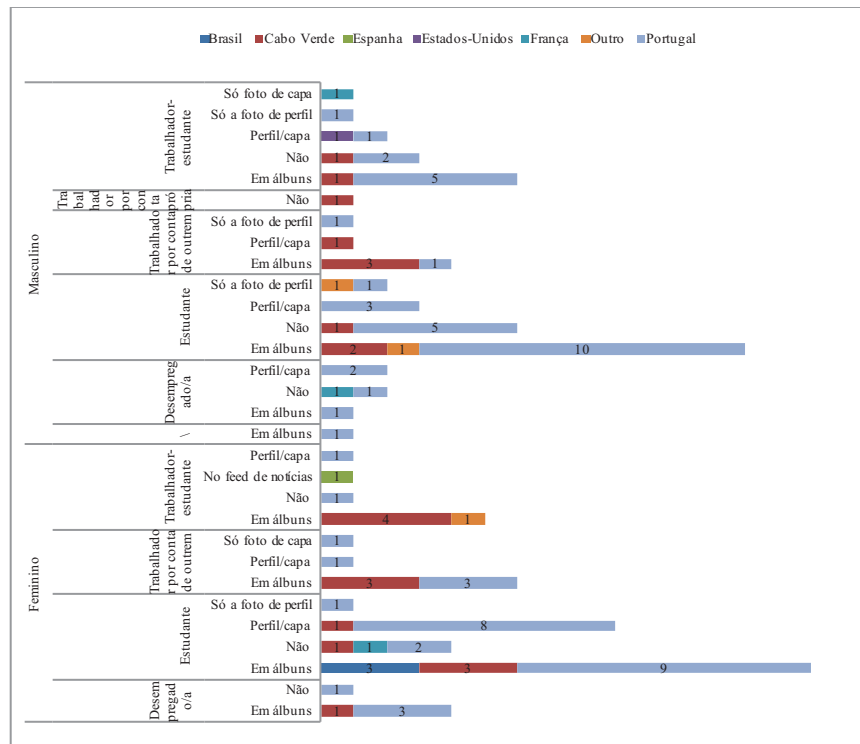
**Figura 24: Tem fotos pessoais no seu perfil *Facebook*?**



Se tivermos em conta os três primeiros lugares onde os utilizadores alegam ter mais fotos pessoais, os dados dizem-nos o seguinte. Dos 11 utilizadores desempregados, 6 (55%) têm fotos em álbuns, e 2 (18%) no perfil/capa. Dos 74 estudantes, 39 (53%) dizem ter fotos em álbuns, 15 (20%) no perfil/ capa e 4 (5%) dizem só ter fotos no perfil. Dos 15 trabalhadores, 10 (67%) dizem ter fotos em álbuns, 2 (13%) no perfil/capa e 1 (7%) diz só ter fotos de perfil.

Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 33 (50%) dizem ter fotos em álbuns, 16 (24%) no perfil/capa e 4 (6%) dizem só ter fotos de perfil. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde, 17 (74%) dizem ter fotos em álbuns, 2 (9%) no perfil/ capa e nenhum tem só foto de perfil. Dos 11 utilizadores residentes nos outros países, 5 (45%) dizem ter fotos em álbuns, e com os mesmos números, 1 (9%) diz ter fotos no perfil/capa e só fotos de perfil.

**Figura 25: Tem fotos pessoais no seu facebook**



## 9. A natureza do perfil

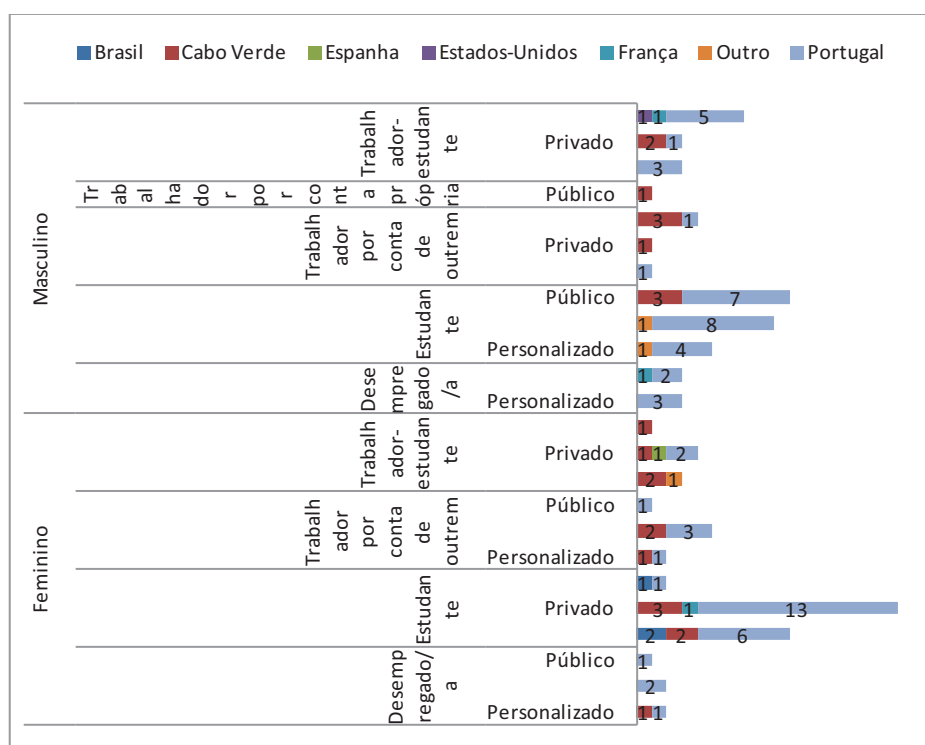
Segundo o nosso estudo, 41% dos utilizadores afirmam ter o perfil privado, 30% perfil público e 29% perfil personalizado.

Dos 11 utilizadores desempregados, 2 (18%) dizem ter perfil privado, 4 (36%) dizem ter perfil público e 5 (45%) perfil personalizados. Dos 74 estudantes, 33 (45%) dizem ter perfil privado, 20 (27%) perfil público e 21 (28%) perfil personalizado. Dos 15 trabalhadores, 6 (40%) têm perfil privado, também com a mesma percentagem 6 (40%) os que tem perfil personalizados e os que tem perfil publico 3 (20%).

Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 29 (18%) têm perfil privado, 18 (27%) perfil público e 19 (29%) personalizado. Dos 23 utilizadores residentes em Cabo Verde 9 (44%) têm perfil privado, 8 (35%) público e 6 (26%) perfil personalizado.

Das 50 mulheres interrogadas 28% têm perfil privado, 5% perfil público e 17% perfil personalizado, e enquanto 13% dos homens têm perfil privado, 25% perfil público e 12% perfil personalizado.

Figura 26: O seu perfil é



### 10. Na relação com Cabo Verde, utilizou sobretudo o *Facebook* para...

De acordo com as respostas ao questionário, constata-se que (figura 23) a maioria dos inquiridos utiliza a rede social *Facebook* principalmente para falar com a família (56%) e os amigos (32%), seguindo-se as outras motivações: seguir o quotidiano dos amigos (7%) e a atualidade do seu país de origem (5%).

Dos 11 utilizadores desempregados, 2 (18%) dizem utilizar para seguir o quotidiano dos amigos, não havendo ninguém que utilize para seguir atualidade do seu país, 4 (36%) utiliza para falar com os amigos e 3 (20%) utiliza para falar com a família. Dos 74 estudantes, 5 (7%) para seguir o quotidiano, 2 (3%) para seguir atualidades do seu país, 19 (26%) para falar com amigos e 48 (65%) para falar com a família. Dos 15 trabalhadores, 3 (20%) para seguir atualidade do seu país, 9 (60%) para falar com amigos e 3 (20%) para falar com familiares. Dos 66 utilizadores que residem em Portugal, 4 (6%) para seguir o quotidiano dos amigos, 3 (5%) para seguir atualidades do seu país, 18 (27%) para falar com amigos e 41 (62%) para falar com a família. Dos 23

residentes em Cabo Verde, 2 (9%) para seguir atualidade do seu país, 13 (57%) para fala com amigos e 8 (35%) para falar com a família

Dos homens inquiridos, 27 referem utilizar sobretudo o Facebook para falar com a família, 19 falar com amigos e 3 para seguir quotidiano dos seus amigos. No que refere as mulheres, os números são, respectivamente, 29, 13 e 4.

Figura 27: Na relação com Cabo Verde, utilizo sobretudo o Facebook para?

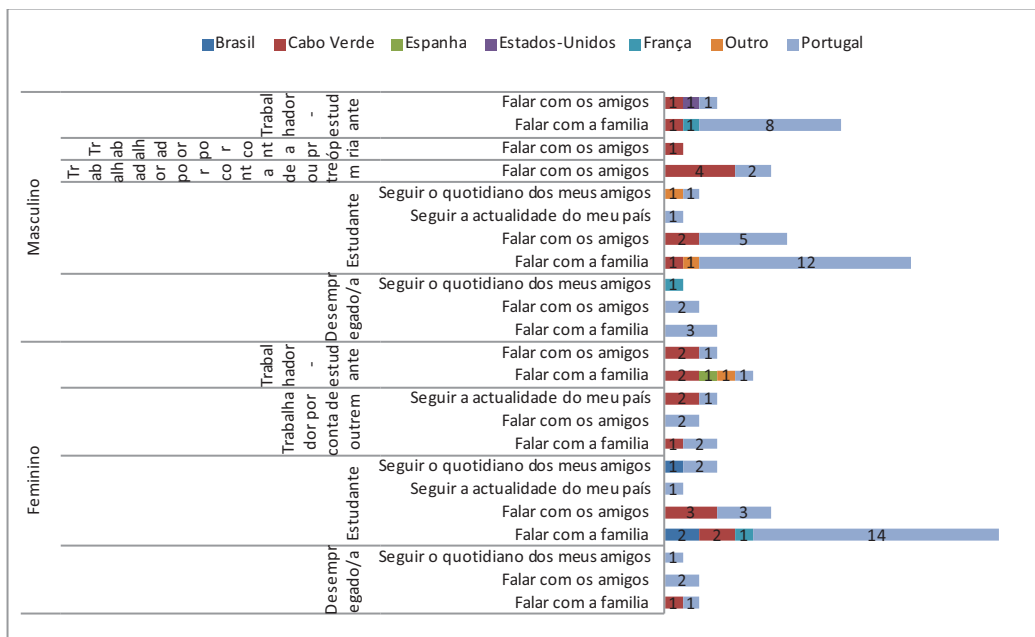
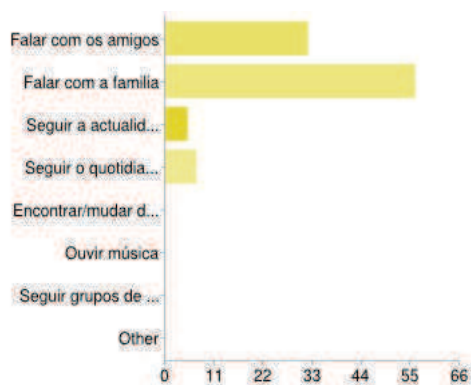


Figura 28: Na relação com Cabo Verde, utilizo sobretudo o Facebook para?



## ***B. Discussão dos Resultados***

Cabe-nos agora, a partir do dados que temos em mão, procurar responder à problemática e às hipóteses formuladas no início deste nosso projecto de investigação. A nossa pesquisa, de carácter exploratório e sem pretensões de representatividade, aponta para um impacto algo diferenciado na utilização das novas tecnologias, nomeadamente na rede social *Facebook*. A Internet chegou lenta e progressivamente a Cabo Verde, alterando, de certa forma, os laços que unem o país de origem e os membros da diáspora. Antigamente, uma carta demorava semanas, até meses, para chegar ao destino. É fácil entender que a comunicação se tornou doravante mais fácil, mas interessa-nos ver se esse espaço é, realmente, investido de modo diferente por pessoas com perfis diferentes.

Os resultados levam-nos a dizer que há, nalguns aspectos pontuais, uma certa influência do percurso individual dos jovens cabo-verdianos na utilização do *Facebook*, mas também muitos traços comuns. Assim, desempregados, trabalhadores e estudantes dizem aceder mais do que uma vez por dia a internet, isto mostra como o povo Cabo-verdiano está a familiarizar com a rede. Depois do *Facebook*, a rede mais utilizada é o Google +, sendo o acesso a internet feito sobretudo a partir de casa. A maioria tem fotos no álbum e já conheceu pessoalmente alguém que conheceu através do *Facebook*. Há todavia uma diferença no que se refere ao tempo diário passado na internet. Os desempregados alegam passar mais de 6 horas quotidianos na rede, enquanto a maioria dos trabalhadores se ficam entre 1 e 2 horas e os estudantes entre 2 e 4 horas. A maioria dos desempregados dispõem de perfil personalizado, enquanto no que diz respeito aos trabalhadores 40% tem perfil privado e outros 40% possui perfil público. Por seu turno, os estudantes têm, na maioria dos casos, um perfil privado. Tantos os desempregados como os trabalhadores afirmam utilizar o *Facebook* com a finalidade de contactar familiares, mas os estudantes dizem utilizar esta rede social principalmente para falar no *chat* com outras pessoas. Na sua relação com Cabo Verde, tanto os desempregados e estudantes utilizam sobretudo o *Facebook* para falar com a família, enquanto os trabalhadores privilegiam os amigos. Segundo Steinfield et al. (2008, p. 435) “nas populações em idade universitária, *sites* como o *Facebook* podem desempenhar um

papel vital na manutenção de relações que, de outra forma, seriam perdidas, como esses indivíduos se movem a partir das redes geograficamente delimitadas de sua cidade natal”.

Se atentarmos ao local de residência, há muitas similaridades entre os residentes dos dois países (Portugal e Cabo Verde). Em ambos os territórios, a maioria dos membros da nossa amostra alega aceder a internet mais de que uma vez por dia, sendo a segunda rede mais utilizada o Google +. O acesso é feito sobretudo a partir de casa, sendo o maior grupo de pertença o dos amigos e a maior finalidade de utilização o contacto com a família. A maioria dos inquiridos colocou fotos nos álbuns respectivos e já conheceu pessoalmente algum com quem entrou em contacto através do *Facebook*. Os perfis são maioritariamente privados, mas a maior diferença entre os residentes em Cabo Verde e Portugal é que a maioria dos primeiros afirma passar, em média, 1 a 2 horas por dia, enquanto os residentes em Portugal se situam sobretudo em torno das 6 horas.

No que diz respeito à variável “sexo”, deparamo-nos com comportamentos muito semelhantes entre homens e mulheres. Tanto uns como outros dizem utilizar o *Facebook* mais do que uma vez por dia, sendo o Google + a segunda rede mais utilizada. Em ambos os casos, as redes sociais servem sobretudo para estar em contacto com familiares, sendo que a maioria fazem parte do grupo de amigos da rede analisada, já se encontraram pessoalmente com alguém que conheceram através do *Facebook*. A principal diferença entre os sexos reside no facto dos inquiridos do sexo masculino terem maioritariamente um perfil público e os do sexo feminino um perfil privado.

Nesta investigação, deparamos com diferentes “representações de si”, ou seja, os inquiridos utilizam a rede social *Facebook* para se re(a)presentarem na rede. Percebe-se que ter fotos pessoais no *Facebook* é muito importante para os inquiridos (82%) que, além de ter fotos pessoais no perfil também as coloca no álbum, ou que significa que possuem mais do que uma foto pessoal na rede. Esta atitude mostra que no mundo onde hoje vivemos, o “eu” virtual é muito importante. Nesta sociedade, a aparência e a visibilidade social constituem um aspecto essencial. Segundo Denise da Silva (2008, p. 141), as fotografias quando partilhadas adquirem novos significados. Enquanto para a pessoa que partilha são vistas como um simples registo pessoal, para as outras podem ser consideradas como uma fonte de informação, rompendo com a barreira do tempo e

do espaço (p.141). Também para os cabo-verdianos constituem ainda uma forma de facilitar o reconhecimento, encontrando ou sendo encontrado pelos compatriotas. Em síntese, como referem Castells e Cardoso (2005), “a identidade individual é mais influenciada pela internet. Hoje cada vez mas as pessoas confiam nos recursos digitais para criarem as suas próprias identidades” (p. 282).

No que diz respeito à privacidade, os homens são aqueles quem mais optam pelo perfil público, sendo as mulheres um pouco mais recatadas, embora menos de um terço possua perfil privado (28%), na sua maioria estudantes residentes em Portugal.

O *Facebook* veio aproximar mais os cabo-verdianos com o país de origem, seja para falar com familiares e amigos, seja para estar informado sobre o país. Segundo Krogh, Ichijo e Nonaka (2001), “o intercâmbio de ideias, opiniões e crenças propiciado pelas conversas possibilita o primeiro e o mais importante passo para a criação do conhecimento: o compartilhamento do conhecimento tácito dentro da comunidade da rede” (p.159).

### ***C. Limitações da pesquisa***

Para chegar ao final de uma longa jornada, deparámo-nos com uma série de limitações e dificuldades no decorrer da nossa dissertação. Logo no início uma das dificuldades encontrada foi a escassez de produção científica relativamente à Internet em Cabo Verde, existindo pouco material académico, e muitos sem cunho científico.

Inicialmente, pretendíamos fazer uma análise mais aprofundada também em função da faixa etária, mas uma vez que a esmagadora maioria se situava no intervalo entre os 20 a 35 anos decidimos não analisar essa variável. Outro aspecto limitador tem a ver com a falta de informação sobre o desenvolvimento da internet em Cabo Verde. Finalmente, tivemos algumas dificuldades em cruzar os dados da nossa pesquisa com a revisão da literatura, assim como a proceder a uma leitura mais aprofundada daquilo que nos podem dizer os resultados deste estudo exploratório. Poderíamos ter uma amostra mais alargada, mas houve algumas dificuldades em obter mais respostas.

## Conclusão

Os dados da nossa pesquisa exploratória não nos permitem generalizações, relativamente ao peso dos percursos individuais dos indivíduos na utilização do *Facebook*. Os resultados obtidos permitem-nos, no entanto, conhecer melhor a utilização do Facebook por um grupo de Cabo-verdianos, sendo úteis para futuras investigações de cariz mais aprofundado.

Recordemos as hipóteses iniciais deste trabalho:

- O sexo, o lugar de residência e/ou a atividade académica/profissional são variáveis que definem a utilização desta rede social por parte dos residentes em Portugal e Cabo Verde.
- A existência de comunidades de estudantes no estrangeiro, aliada a um forte índice de penetração da internet em Cabo Verde, intensifica os laços com o país de origem

No que diz respeito à primeira hipótese, verificou-se que a variável sexo não apresenta muitas diferenças. A maior reside no facto dos inquiridos masculinos se encontrarem mais frequentemente com desconhecidos cruzados nas redes sociais e terem mais perfis públicos do que as mulheres. Por outro lado, a utilização das redes sociais em Cabo Verde, um país onde a tradição ainda é muito forte e as mulheres não têm a mesma liberdade do que os homens, a Internet veio contribuir para romper com algumas barreiras culturais. Quando nos centrarmos noutra variável (situação académica e profissional), verificamos que os desempregados acedem sobretudo à internet a partir de casa, os estudantes a partir da escola e os trabalhadores de espaços públicos. No que se refere ao acesso dos estudantes cabo-verdianos residentes em Cabo Verde, estes resultados devem-se também à recente implementação do programa *Mundu Novu*. Os resultados deste nosso estudo exploratório mostram ainda que há algumas similaridades e diferenças entre residentes e membros da diáspora. Estar conectado não equivale a

passar o mesmo tempo na rede, nem a ter os mesmos padrões de comportamento. Vivemos numa sociedade em mudança – mas nenhuma sociedade é totalmente estática, caracterizada pela velocidade sem precedente a que se processam essas mesmas mudanças. Num mundo cada vez mais globalizado, as novas tecnologias da informação e da comunicação não são todavia usadas por todos da mesma forma, não apenas devido aos contextos regionais, mas também aos percursos individuais e colectivos dos seus utilizadores. Nesse âmbito, os cabo-verdianos estão a recorrer de forma cada vez mais massiva às redes sociais. Para além de estarem mais conectados com o mundo, também podem intensificar o contacto com familiares, amigos e outras redes de sociabilidade, assim como estabelecerem pontes entre a cultura cabo-verdiana e outras culturas. Para um povo migratório como o cabo-verdiano, as redes sociais podem permitir aproximar os membros da diáspora com o país de origem, instaurando um diálogo cujos efeitos a nível social, cultural, político e económico não foram ainda suficientemente estudados e a que o nosso estudo está longe de responder.

Consideramos que a existência de comunidades de estudantes no estrangeiro, aliada a um cada vez mais forte índice de penetração da internet em Cabo Verde, intensifica os laços com o país de origem. A maioria dos nossos inquiridos são estudantes cabo-verdianos residentes na diáspora que utilizam muito as redes sociais para estarem em contacto com os familiares, tanto dentro como fora do país. Como defendem Davenport e Prusak, “quanto mais próximas as pessoas estão da cultura do conhecimento que está sendo transferido, mais fácil é o compartilhamento e a troca” (1998, p. 121). A internet reaproximou os cabo-verdianos espalhados pelo mundo. Como diz Lévy (2001), as novas tecnologias de informação e comunicação vieram romper com a barreira do tempo e do espaço. O grande número de cabo-verdianos na diáspora que mantêm os laços com o país de origem são uma rica fonte de recursos em conhecimento e investimento. O número de estudantes cabo-verdianos no exterior pode constituir uma mais-valia para o país. Segundo Hall (2006, cit. in Vieira, 2011) “é na capacidade de ser muitos que talvez o sujeito possa melhor experimentar novas identidades e novas formas de enxergar o outro e a si próprio, seja no contacto concreto ou no plano do não concreto, intermediando a sociabilidade através da tecnologia, uma vez que estas já se mostram tão presentes e tão vinculadas as práticas sociais e de relacionamento, lazer e informação e seus usuários. (p. 5).

Com o nosso estudo exploratório partimos do princípio que só conseguiríamos trazer alguma luz sobre alguns aspectos da realidade em causa. Um maior amostra, um estudo mais exaustivo, trar-nos iam dados mais abrangentes e uma representação bem mais aprofundada da realidade da utilização das redes sociais em Cabo Verde e junto das comunidades cabo-verdianas espalhadas pelo mundo.

## Referências bibliográficas

Agência Nacional das Comunicações. (2009). *Compêndio de dados estatísticos das Comunicações electrónicas e postais do ano 2009*. Consultado a 15.09.12 em [www.anac.cv/dadosestatisticos2009](http://www.anac.cv/dadosestatisticos2009).

Agência Nacional das Comunicações. (2009). Compêndio das estatísticas dos mercados de serviço públicos das comunicações electrónicas e postais em Cabo Verde de 2009. *Dados estatísticos do ano 2009*. Consultado a 21.12.12 em <file:///C:/Users/Marcelo/Downloads/estatisticaanac2009.pdf>.

A semana (16/11/2011) *T+ com Internet 3G em todo o país* Consultado a 16.09.2013. em <http://asemana.sapo.cv/spip.php?article71112&ak=1>

A semana (09/03/2009) *JMN lança programa Mundo Novo*. Consultado a 14.04.2014. em <http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article39605>

Associação portuguesa para o desenvolvimento das comunicações APDC (2014) *Maior rede social do mundo tem 1,23 mil milhões de utilizadores, Facebook comemora dez anos*. Consultado a 22.10.2013 em: [http://www.apdc.pt/Legacy/Artigo.aspx?channel\\_id=0120EB0B-3E0C-4FB2-9DA1-B2F24AD705BD&content\\_id=9C5EBF22-6B3B-4DB5-A8C8-71B863E65B0A&lang=pt](http://www.apdc.pt/Legacy/Artigo.aspx?channel_id=0120EB0B-3E0C-4FB2-9DA1-B2F24AD705BD&content_id=9C5EBF22-6B3B-4DB5-A8C8-71B863E65B0A&lang=pt)

Berners-lee, T., & et al. (1994. Aug). The World-Wide Web. *Communications of the ACM*. 37(8),76-82.

Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em Educação: Uma introdução a teoria dos métodos*. Porto: Porto Editora.

Carmo, H., & Ferreira, M. (2008). *Metodologia da investigação*. 2ªed. Lisboa: Universidade Aberta.

Castells, M. (1999 a). *A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas*. In *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (1999 b). *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, 3, São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2001). *A sociedade em rede*. 5ª ed., São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2003). *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Cogo, D., El Haji, M. & Huertas A. (dir.) (2012), *Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais* [e-book], Barcelona: Institut de la Comunicació (UAB).

Cunha, M. A. (2009). *A (re) apresentação de si nos blogues dos lusodescendentes de França*. *Actas do 8º Lusocom*, Lisboa: Universidade Lusófona, p. 182-198. Consultado a 13.04.13 em <http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/80/55>

Chizzotti, A. (1995). *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. 2. ed. São Paulo: Cortez.

Dimantas, H. (2003). *Marketing hacker*. São Paulo: Garamond

Expresso das ilhas (2010/23/03). *Acesso à Internet em Cabo Verde: o desafio da massificação/Exclusivo/DetailhedeNoticia*. Consultado a 24.11.12 em <http://www.expressodasilhas.sapo.cv/pt/noticias/go/acesso-a-internet-em-cabo-verde--o-desafio-damassificacao>.

Expresso das Ilhas (2011/10/11). *Cabo Verde é o quarto país africano com maior taxa de penetração da internet / Nacional / Detalhe de Notícia*. Consultado a 03.04.2012. em <http://www.expressodasilhas.sapo.cv/pt/noticias/go/cabo-verde-e-o-quarto-pais-africano-com-maior-taxa-de-penetracao-da-internet>.

Figueiredo, G.S. (2009). *As redes sociais na era da comunicação interativa*. Consultado a 21.12.2012 em [http://issuu.com/amonon / docs/ asredesociaisnaerada comunicacao interativa/1](http://issuu.com/amonon/docs/asredesociaisnaerada comunicacao interativa/1).

Fonseca, J.J.S (2002) Apostila de metodologia da pesquisa científica. *A natureza da pesquisa científica*. Consultado a 05.05.2013 em: <http://books.google.pt/books?id=oB5x2SChpSEC&pg=PA20&dq=metodologia+quantitativa+e+qualitativa+diferen%C3%A7a&hl=pt-PT&sa=X&ei=vUMuU5umH5StHqeIn4E4&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20quantitativa%20e%20qualitativa%20diferen%C3%A7a&f=false>

Franco, A. (2008). *Topologias de rede*. Consultado a 02.12.12 em [http://www.4shared.com/file/225307306/1a68f137/2009\\_10\\_escritos\\_sobre\\_redes\\_s.html](http://www.4shared.com/file/225307306/1a68f137/2009_10_escritos_sobre_redes_s.html).

Garton, L., Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1).

Goffman, E. (1975). *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Ed. Vozes.

Góis, P. (2006). *Emigração cabo-verdiana para (e na) europa*. Lisboa: Edição Alto-Comissário Para a Imigração e Minorias Étnicas (Acime).

Góis, P. (2008). *Comunidade (s) cabo-verdiana (s): as múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: Edição Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI, I.P).

Grupo do Banco Africano de Desenvolvimento. (2010). *Cabo Verde “Construindo juntos, uma África melhor*. Consultado a 13.11.2013 em: <http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Cap%20Vert%20Yo%20portugais%20ok.pdf>.

Gonçalves, A. P. (2008). *Rede social na UM: um estudo de caso. Análise e estratégias de utilização de portais situados na dinamização da rede social – Flickr*. Dissertação de Mestrado em Tecnologias e Sistemas de Informação, Universidade do Minho, Guimarães. Consultado a 03.06.2013 em : <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9499/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20-%20Alysson%20Pires%20Gon%C3%A7alves.pdf>

Governo de Cabo Verde (2007). *Dados gerais de Cabo Verde*. Consultado a 02.04.2013 em: [http://www.governo.cv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52&Itemid=62](http://www.governo.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=62).

Hanneman, R. (2001). *Introduction to Social Network Methods*. Department of Sociology, University of California, Riverside, USA.

INTERCOM – *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, (2007) XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de Agosto a 2 de Setembro de 2007.

Internacional Organization for Migration.(2009). *Migração em Cabo Verde, PERFIL NACIONAL*. Consultado a 27.03.2013 em: [http://www.un.cv/files/Cape\\_Verde\\_Profile\\_2009.pdf](http://www.un.cv/files/Cape_Verde_Profile_2009.pdf).

Internet Coaching Library (2012). *Internet World stats*. Consultado a 22.04.2013 em: <http://www.internetworldstats.com/africa.htm>.

Instituto Nacional de Estatística Cabo Verde (2014). *Meu mapa*. Consultado a 02.03.2014 em: <http://inecabo Verde.maps.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?useExisting=1>

Kirkpatrick, D. (2011). *O efeito Facebook*. Rio de Janeiro: Intrínseca. Consultado a 11.02.2014 em: [http://www.intrinseca.com.br/upload/livros/1cap\\_efeitoFacebook.pdf](http://www.intrinseca.com.br/upload/livros/1cap_efeitoFacebook.pdf).

*Le Monde* (07.10.2013) *Qui accède à Internet dans le monde ?* Consultado a 22.02.2014 em: [http://www.lemonde.fr/technologies/visuel/2013/10/07/qui-accede-a-internet-dans-le-monde\\_3490288\\_651865.html](http://www.lemonde.fr/technologies/visuel/2013/10/07/qui-accede-a-internet-dans-le-monde_3490288_651865.html)

Lévy, P. (1996). *O que é o virtual*. São Paulo: Editora 34.

Lévy, P. (2001). *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: Editora 34.

Marita, M. (2012) *análise de mercado*: IESDE Brasil S.A. ,2012. Consultado a 09.10.2013 em: <http://books.google.pt/books?id=5fãL5rpdgk4C&pg=PA72&dq=metodologia+quantitativa+e+qualitativa+diferen%C3%A7a&hl=pt-PT&sa=X>

&ei=vUMuU5umH5SThQeIn4E4&ved=0CEAQ6AEwAw#v=onepage&q=metodologia%20quantitativa%20e%20qualitativa%20diferen%C3%A7a&f=false

Mattelart, A., & Mattelart, M. (2006). *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola.

Nosi (2012). *Praça digitais*. Consultado a 10.06.2013 em: [http://www.nosi.cv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=500%3Apracas-digitais-konekta-em-todas-as-ilhas-do-pais&catid=36%3Adestaques1&Itemid=96&lang=pt](http://www.nosi.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=500%3Apracas-digitais-konekta-em-todas-as-ilhas-do-pais&catid=36%3Adestaques1&Itemid=96&lang=pt).

Núcleo Operacional do Sistema Informático. (2005). *Programa Estratégico para a Sociedade de Informação: Novas Oportunidades de Desenvolvimento*. Praia: Alfa-Comunicações, Lda. Palmarejo. Consultado a 12.10.2012 em: [file:///C:/Users/Marcelo/Downloads/pesi\\_longa\\_03\\_novembro.pdf](file:///C:/Users/Marcelo/Downloads/pesi_longa_03_novembro.pdf)

Oliveira N. (2011). *Historia das redes sociais*. Consultado a 23.09.2013 em: <https://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>.

Organização Internacional para as Migrações. (2010). *Migração em Cabo Verde, Perfil nacional 2009*. Consultado a 09.10.12 em: [http://www.un.cv/files/Cape\\_Verde\\_Profile\\_2009.pdf](http://www.un.cv/files/Cape_Verde_Profile_2009.pdf).

Orkut (s/d). *Orkut*. Consultado a 22.01.2014 em: <http://www.orkut.com/About?hl=pt>.

Primo, A. F. T. (1997). A emergência das comunidades virtuais. In: Intercom, *XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Santos. Consultado a 22.12.13 em: [http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades\\_virtuais.pdf](http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf).

Projecto Diversidade Linguística na Escola Portuguesa (ILTEC s/d). *Diversidade Linguística na Escola Portuguesa*. Consultado a 22.09.12 em [http://www.iltec.pt/divling/\\_pdfs/linguas\\_crioulo\\_cv.pdf](http://www.iltec.pt/divling/_pdfs/linguas_crioulo_cv.pdf)

Recuero, R. C. (2002). *Comunidades Virtuais: Uma Abordagem Teórica*. V seminário Internacional de Comunicação, GT de Tecnologia das Mídias. Consultado a 21.10.2013 em: <http://www.raquelrecuero.com/teorica.htm>.

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. col. Cibercultura, Porto: Edição Meridional.

Rheingold, H. (1996). *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva Publicações.

Rodrigues, B. A. R. (2009). *Análise de Redes sociais*. Dissertação de Mestrado, Engenharia e Gestão de Sistemas de Informação, Braga, Universidade do Minho.

Rushkoff, D. (2011). *Facebook hype will fade*. Consultado a 10.11.2012 em: <http://edition.cnn.com/2011/OPINION/01/07/rushkoff.Facebook.myspace>.

Sapo (2014). *Portugueses passaram 1,2 mil milhões de horas na Internet em 2013*. Consultado a 23.03.2014 em: [http://tek.sapo.pt/noticias/internet/portugueses\\_passaram\\_1\\_2\\_mil\\_milhoes\\_de\\_horas\\_1362628.html](http://tek.sapo.pt/noticias/internet/portugueses_passaram_1_2_mil_milhoes_de_horas_1362628.html)

Serviços estrangeiros e fronteiras (2011). *Relatório de imigração de asilos 2010*. Consultado a 22.12.2013 em: [http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa\\_2010.pdf](http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa_2010.pdf).

Serviços Estrangeiros e Fronteiras. (2013). *Relatório de imigração fronteiras e asilos 2012*. Consultado a 23.12.2013 em: <http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa%202012.pdf>.

Silva, G. L. P., & Medeiros, T. A. R. (2007). Radiojornalismo Esportivo: Juventude e Experiência nas Transmissões Esportivas da Rádio Universidade de Santa Maria-RS – 800 AM. *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação- XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Universidade Federal de Santa Maria. Consultado a 01.06.2013 em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1984-1.pdf>.

Steinfeld, C., Ellison, N., & Lampe, C. (2008). *Journal of Applied Developmental Psychology* 29. Consultado a 18.07.2014 em [https://www.msu.edu/~nellison/Steinfeld\\_Ellison\\_Lampe\(2008\).pdf](https://www.msu.edu/~nellison/Steinfeld_Ellison_Lampe(2008).pdf). (p. 434–445 ).

Valente, C., & Mattar, J. (2007). *Second Life e Web 2.0 na educação: o potencial revolucionário das novas tecnologias*. São Paulo: Novatec.

Vincos Blog (s/d). *World map of social network*. Consultado a 13.08.2013 em: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis. Methods and applications*. Cambridge: University Press.

Yin, Robert (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.



Anexos

Anexo A

# Questionário anexo

## Jovens cabo-verdianos e Facebook

Este questionário integra um trabalho de investigação no âmbito do Mestrado em Comunicação e Formação Multimédia, de Cláudia Julieta da Moura Furtado, sob orientação do Prof. Manuel Antunes da Cunha, da Faculdade de Ciências Sociais, do Centro Regional de Braga, da Universidade Católica Portuguesa. Bastam 5 minutos para preencher o questionário. Pedimos o favor de responder a todas as questões. Por favor, não coloque o seu nome. As respostas são confidenciais.

**\*Obrigatório**

### 1. Idade \*

- Menos de 13 anos
- De 13 a 19 anos
- De 20 a 34 anos
- De 35 a 49 anos
- De 50 a 64 anos
- Mais de 64 anos

### 2. Sexo \*

- Feminino
- Masculino

### 3. Escolaridade \*

- Ensino Básico (1<sup>a</sup> ao 6<sup>o</sup> ano)
- Ensino Secundário (7<sup>a</sup> ao 12<sup>o</sup> ano)
- Ensino Superior (Licenciatura)
- Mestrado
- Doutoramento

### 4. Situação académica/profissional \*

- Estudante
- Trabalhador-estudante
- Trabalhador por conta própria
- Trabalhador por conta de outrem
- Desempregado/a

5. Nacionalidade \*

- Cabo-verdiana
- Portuguesa
- Americana
- Espanhola
- Francesa
- Outros

6. Onde vive \*

- Cabo Verde
- Portugal
- França
- Estados-Unidos
- Espanha
- Brasil
- Outro

7. Estado civil \*

- Solteiro(a)
- Casado/(a)
- União de facto
- Divorciado(a)/Separado(a)
- Viúvo(a)

8. Quantas vezes, em média, utiliza o Facebook \*

- Mais do que uma vez por dia
- Uma vez por dia
- De 3 a 6 vezes por semana
- De 1 a 2 vezes por semana
- De 1 a 4 vezes por mês
- Menos de 1 vez por mês

9. Nos dias em que utilizo o Facebook passo (por dia) em média: \*

- Mais de 6 h
- De 4h a 6h
- De 2h a 4h
- De 1h a 2h
- Menos de 1h

10. Para além do Facebook que outras redes sociais utiliza:

- Nenhuma

Se sim, indique somente as 3 redes sociais que mais utiliza (por ordem importância)?

	1.Mais importante	2.Importante	3.Menos importante
<i>Hi5</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Orkut</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Myspace</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Google +</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Twitter</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Linkedin</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. A partir de que lugar(es) acede, às redes sociais ? (Indique somente 3 locais, por ordem de importância)

	1.Muito importante	2.Importante	3.Menos importante
<i>Casa</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Lan house</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Trabalho</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Escola/universidade</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Espaço público</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Com que finalidade utiliza as redes sociais? (Indique 5 finalidades, por ordem de importância, sendo 1 a mais importante e 5 a menos importante)

	1.	2.	3.	4.	5.
<i>Jogar</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Partilhar as minhas experiências do dia a dia</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Procurar emprego</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Seguir a actualidade</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1.	2.	3.	4.	5.
<i>dos meus amigos</i>					
<i>Estar em contacto com familiares</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Divulgar os meus trabalhos (música, textos, etc...)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Falar no chat</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Fazer parte dum grupo de interesse</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Postar fotos/videos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Ver fotos/videos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Novas amizades</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Participa a algum grupo no Facebook?

	1. Todos os dias	2. Pelo menos 1 vez por semana	3. 1 a 2 vezes por mês	4. Raramente	5. Nunca
<i>De amigos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Relativo ao trabalho</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Relativos aos meus gostos/hobbies</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Já encontrou pessoalmente alguém que conheceu através do Facebook \*

- Sim
- Não

15. Tem fotos pessoais no seu perfil do Facebook \*

- Não
- Só a foto de perfil
- Só foto de capa
- Perfil/capa
- No feed de notícias
- Em álbuns
- Outra:

16. O seu perfil é \*

- Privado
- Público
- Personalizado
- Outra:

17. Na relação com Cabo Verde, utilizou sobretudo o Facebook para \*

- Falar com os amigos
- Falar com a família
- Seguir a actualidade do meu país
- Seguir o quotidiano dos meus amigos
- Encontrar/mudar de emprego
- Ouvir música
- Seguir grupos de interesse
- Outra:

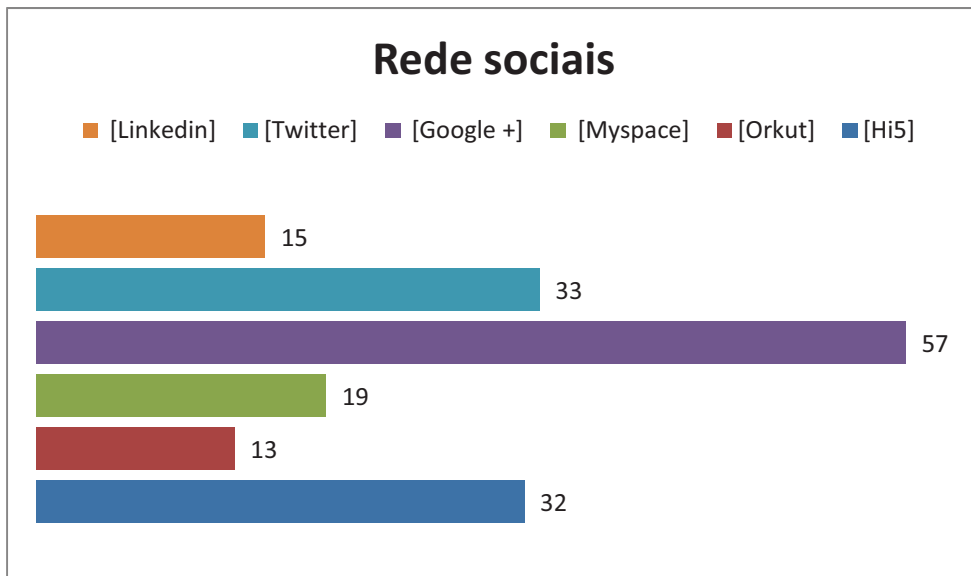
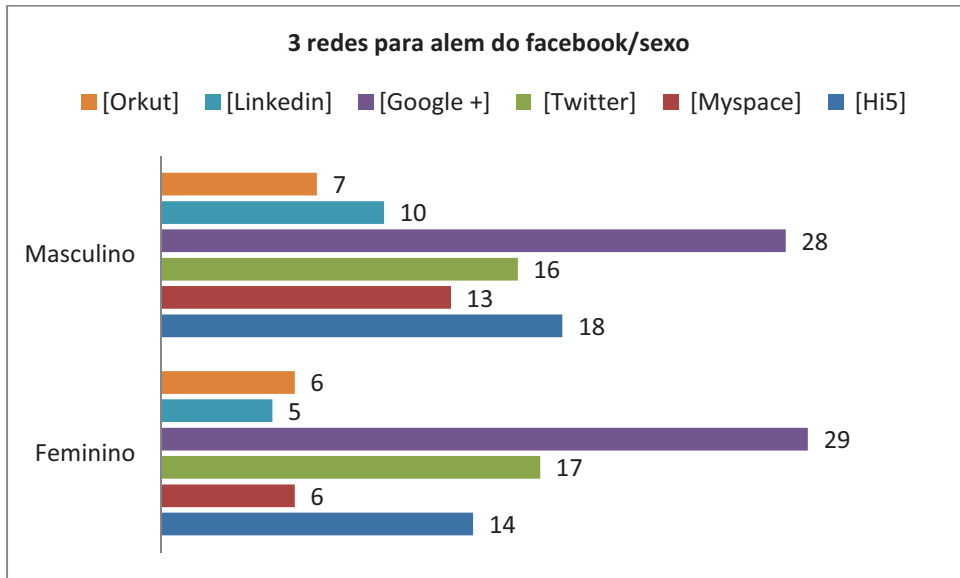
Enviar

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

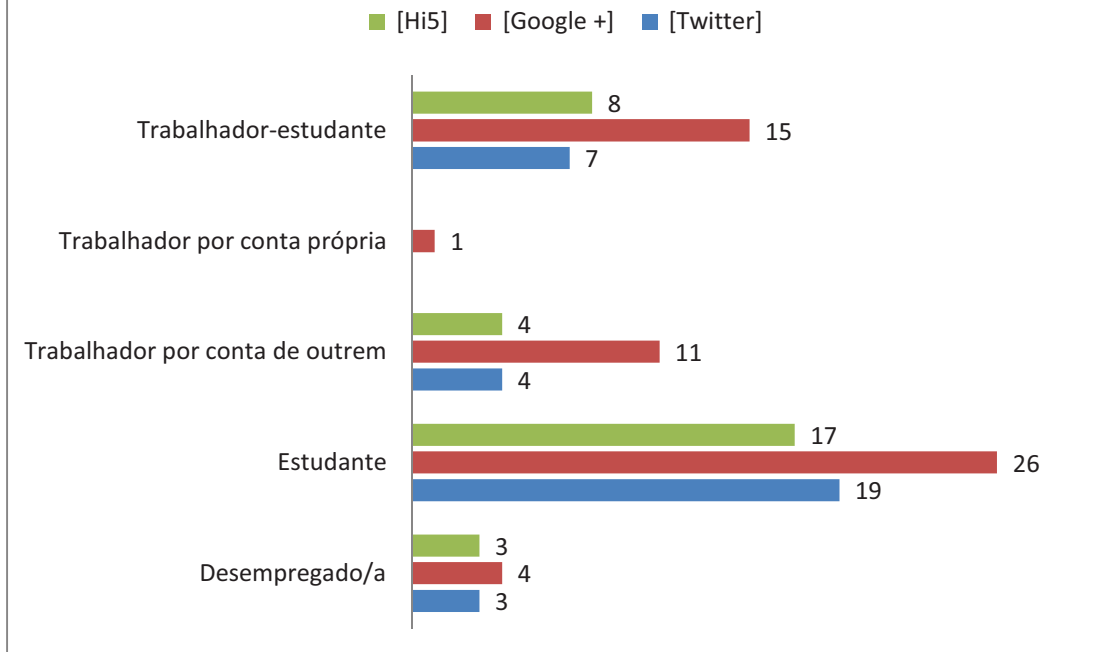
Tecnologia do [Documentos do Google](#) [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Termos adicionais](#)

Anexo B

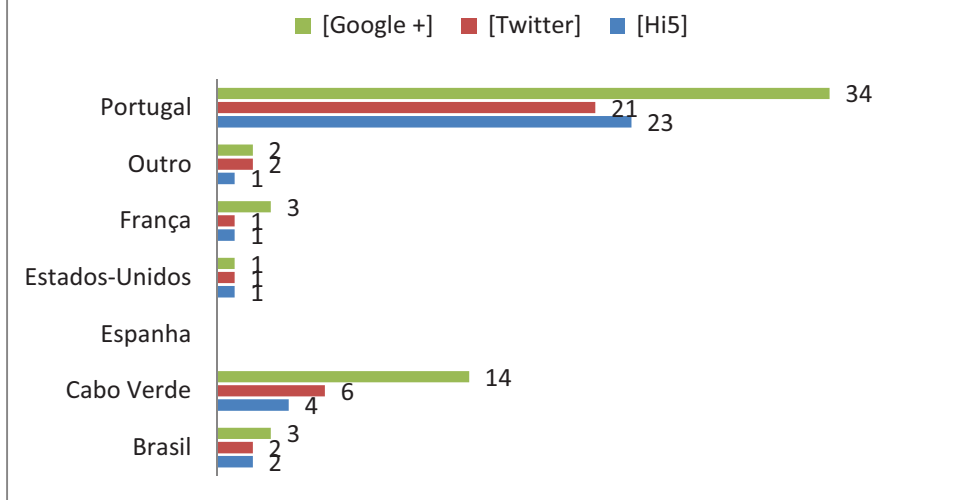
As 3 redes sociais que mais utilizam para além do facebook



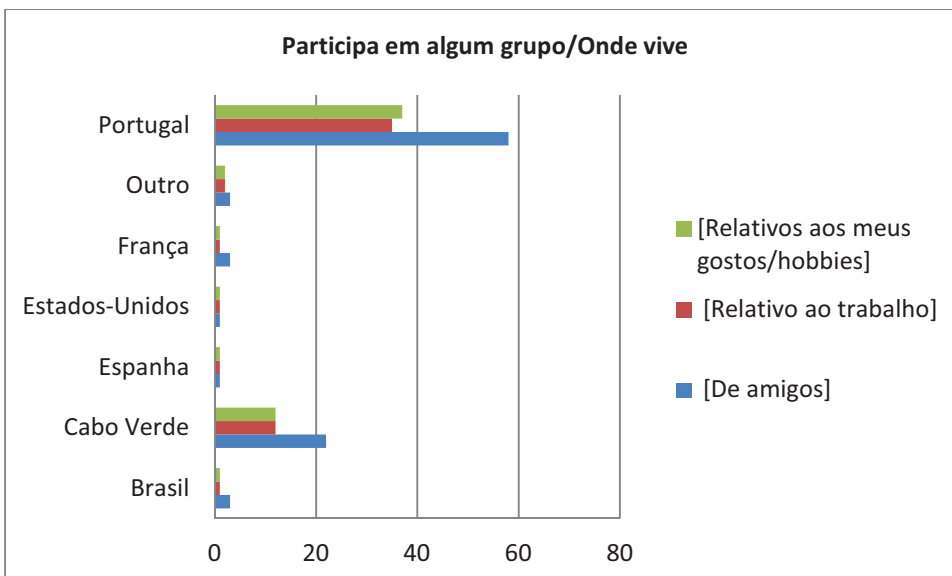
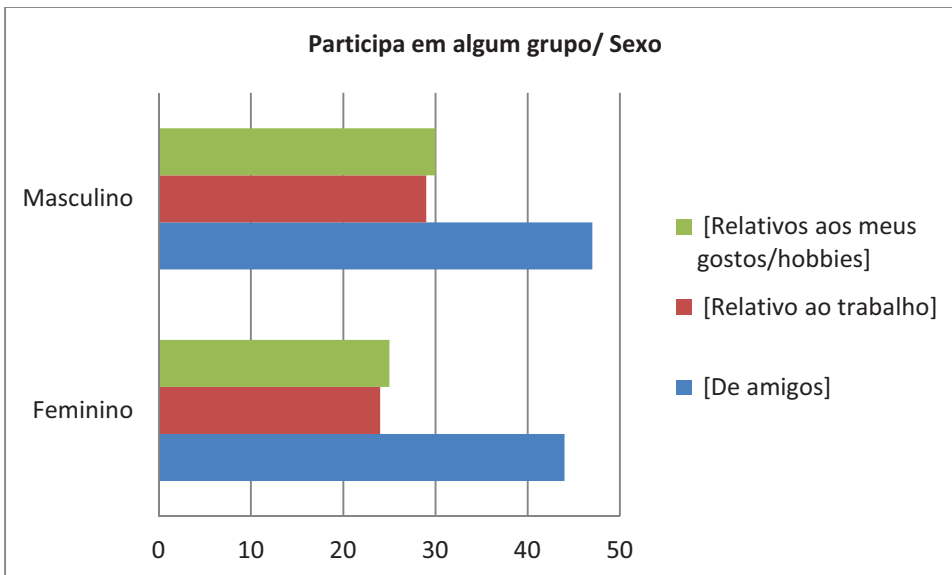
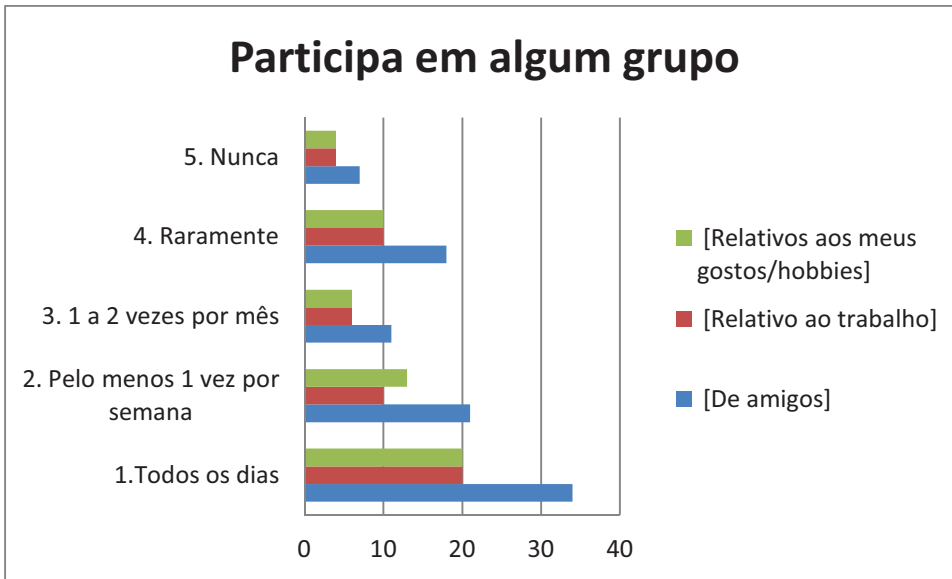
### 3 redes sociais para além do facebook/ Situação académica, profissional

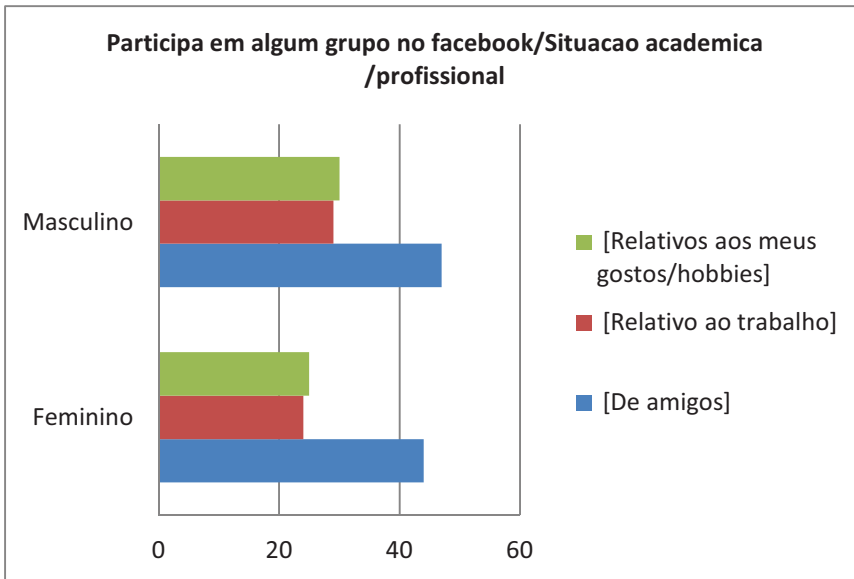


### 3 redes sociais que mais utiliza/ Onde vive

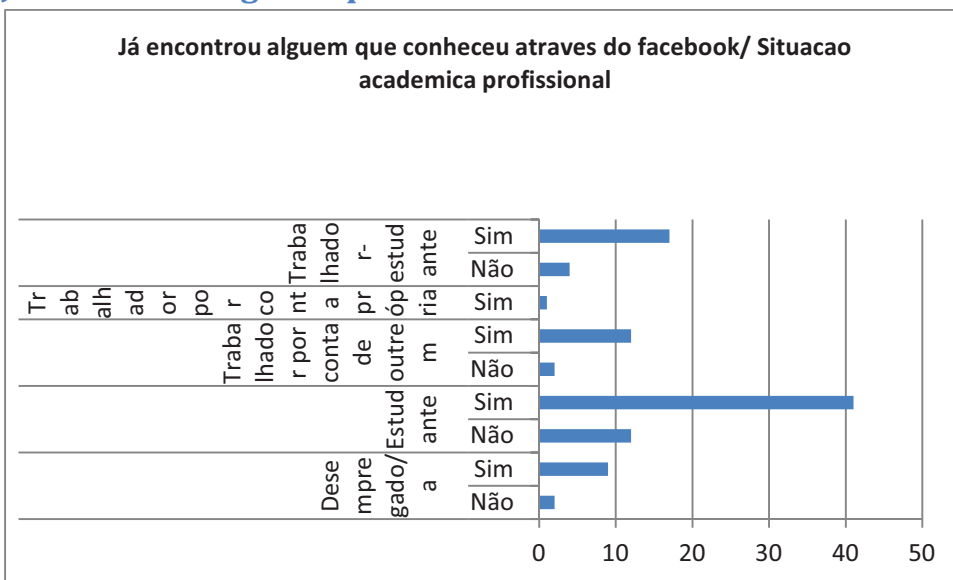


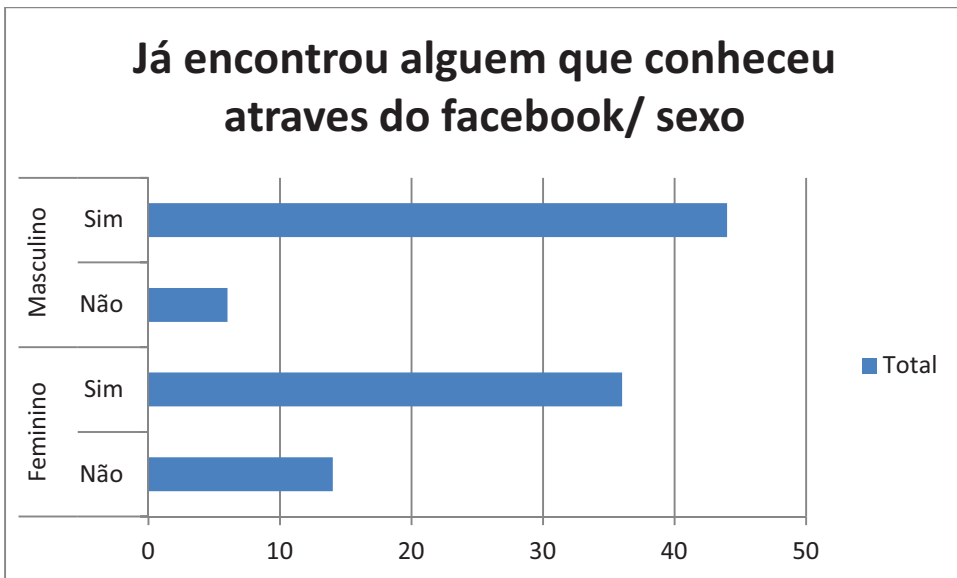
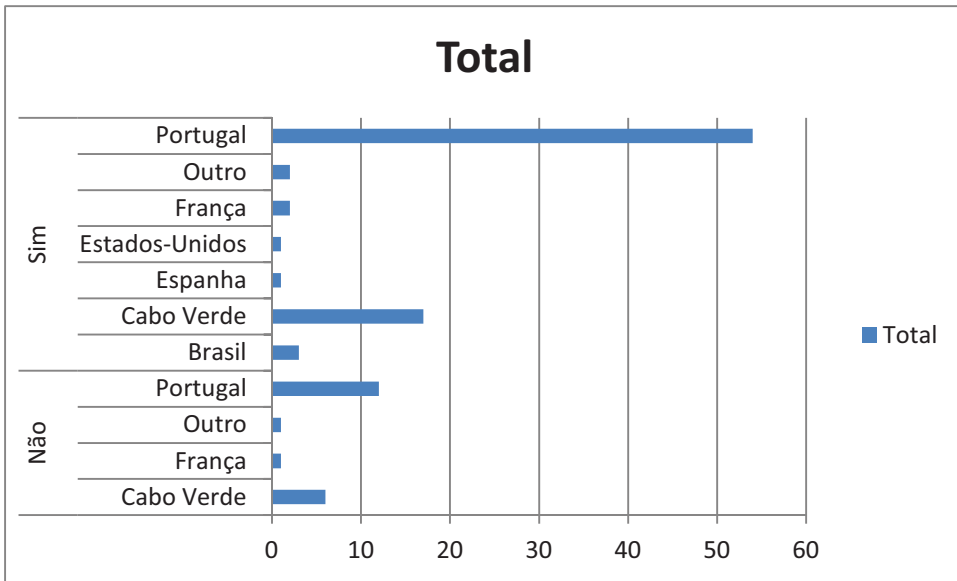
## Participa em algum grupo



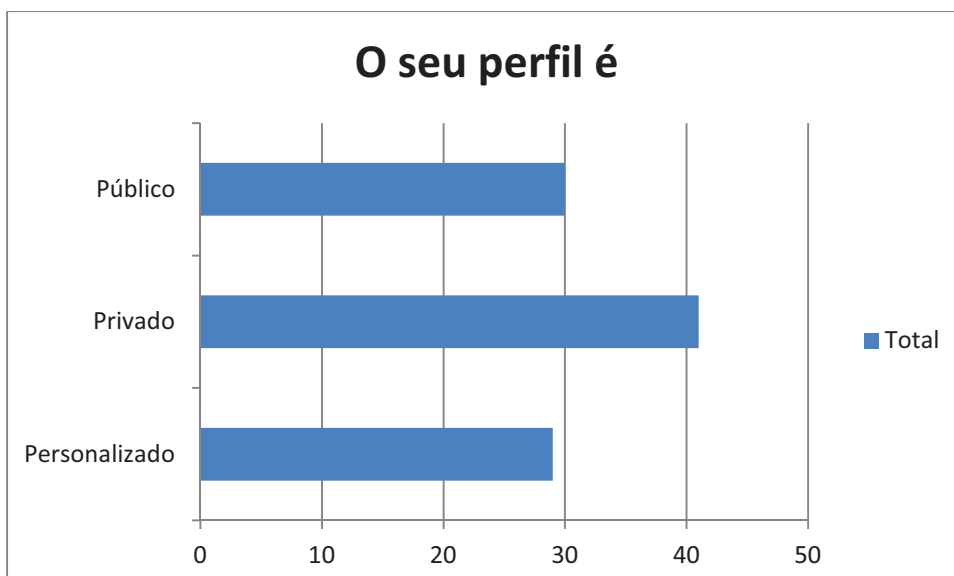
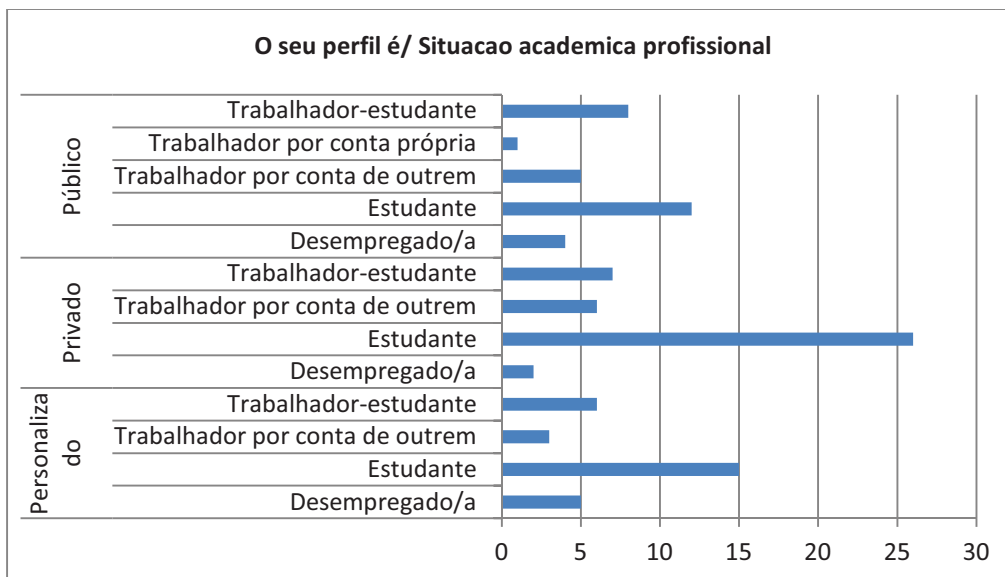
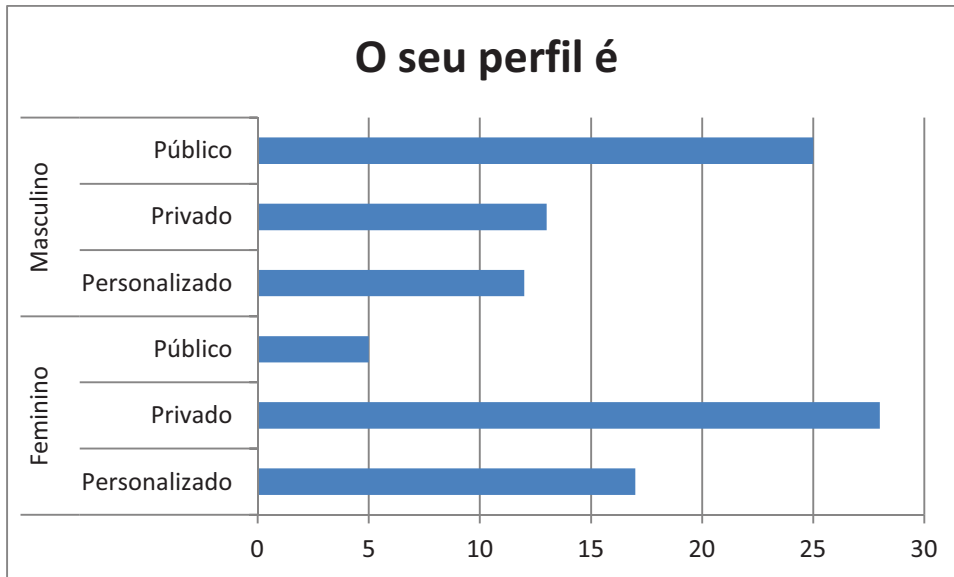


### Já encontrou alguém que conheceu através do facebook

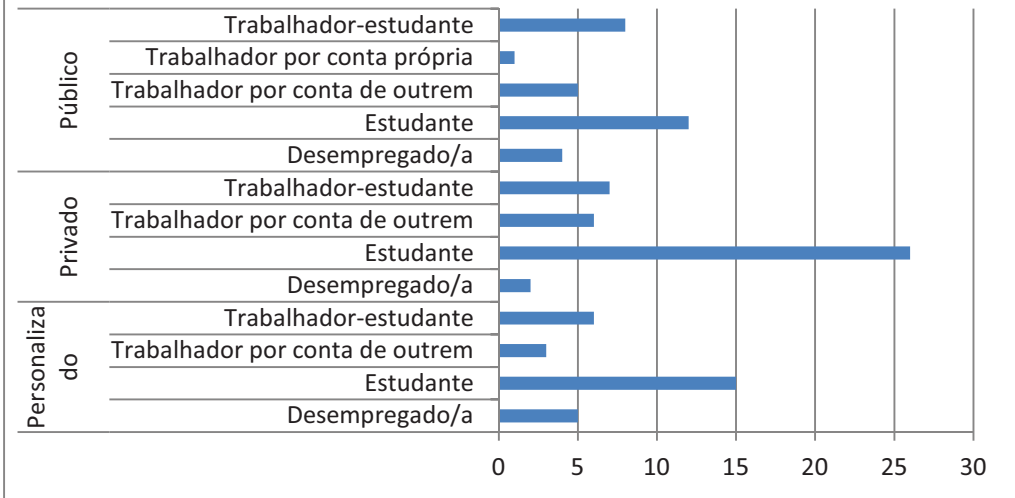




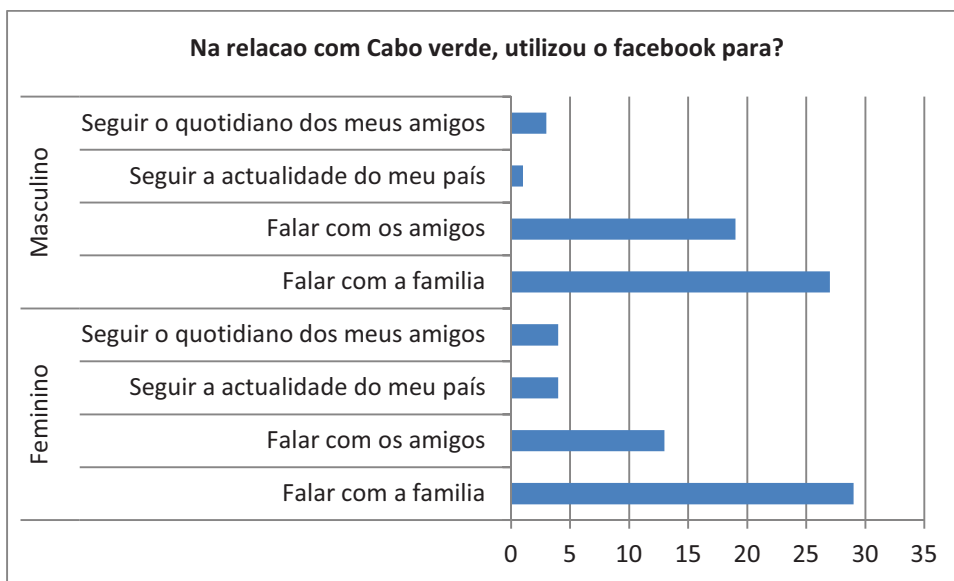
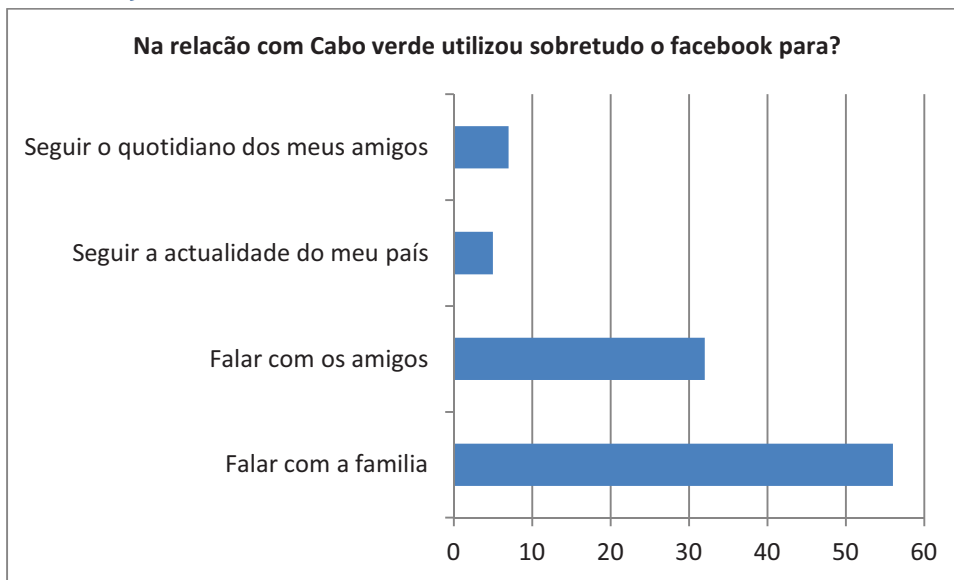
## Ó seu perfil é

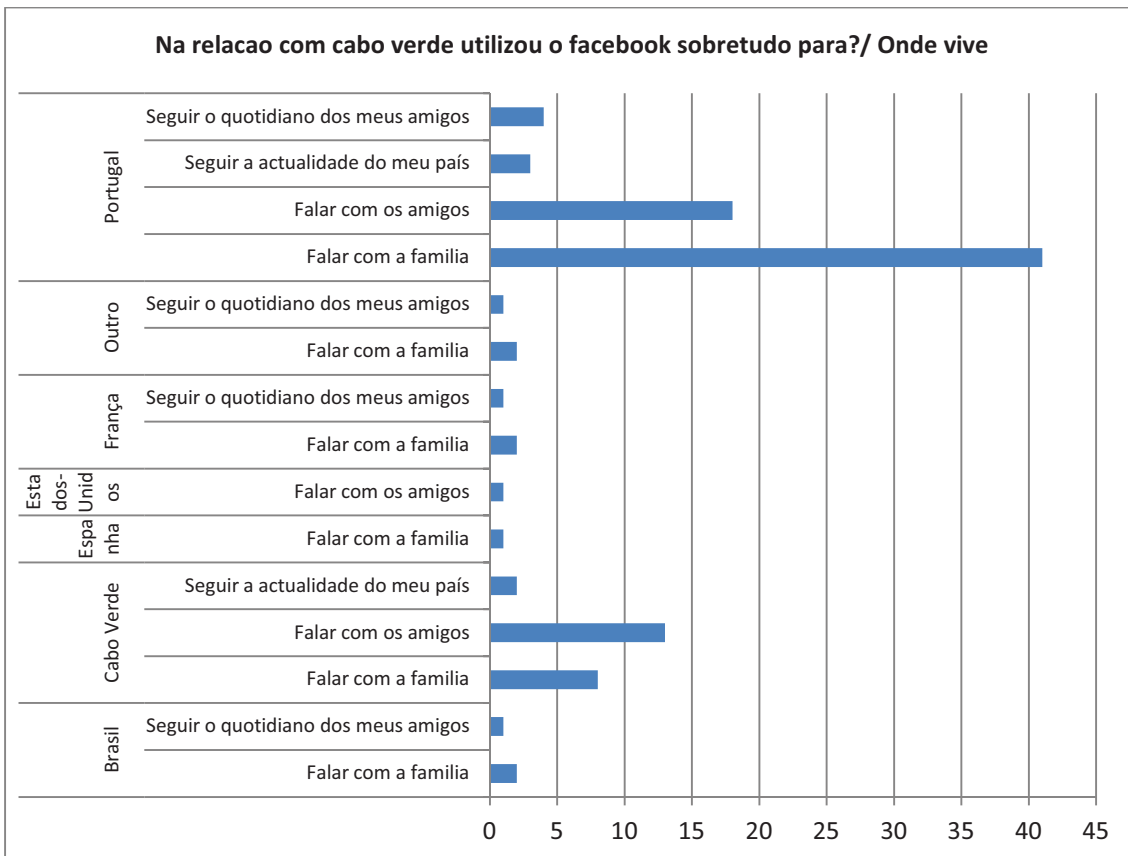
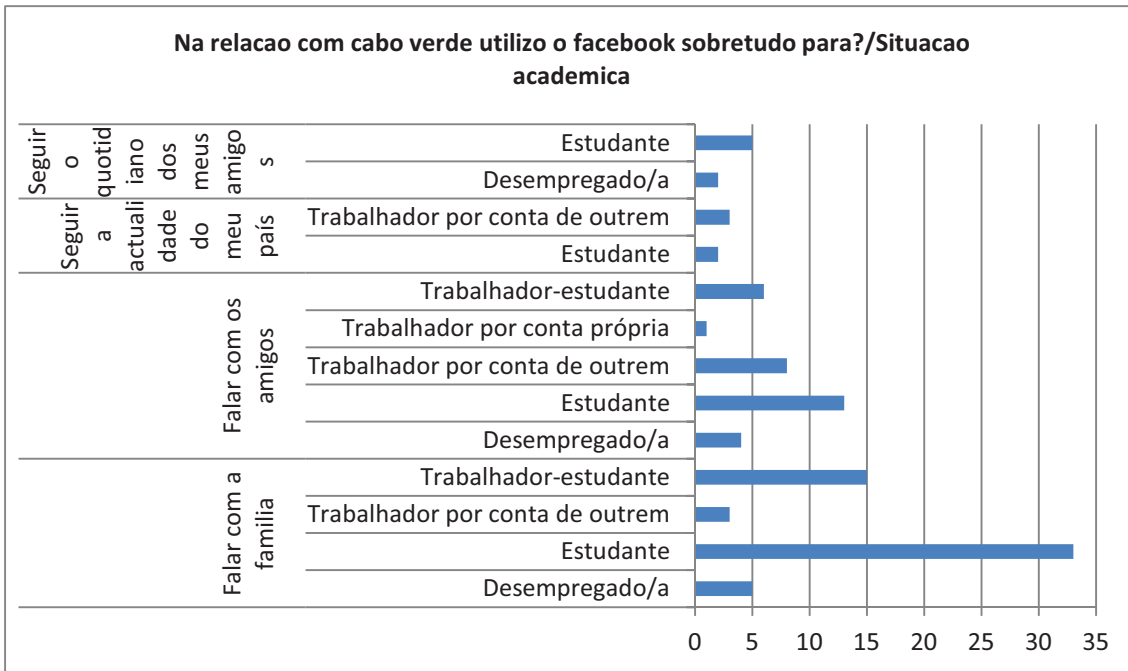


### O seu perfil é/ Situação académica profissional

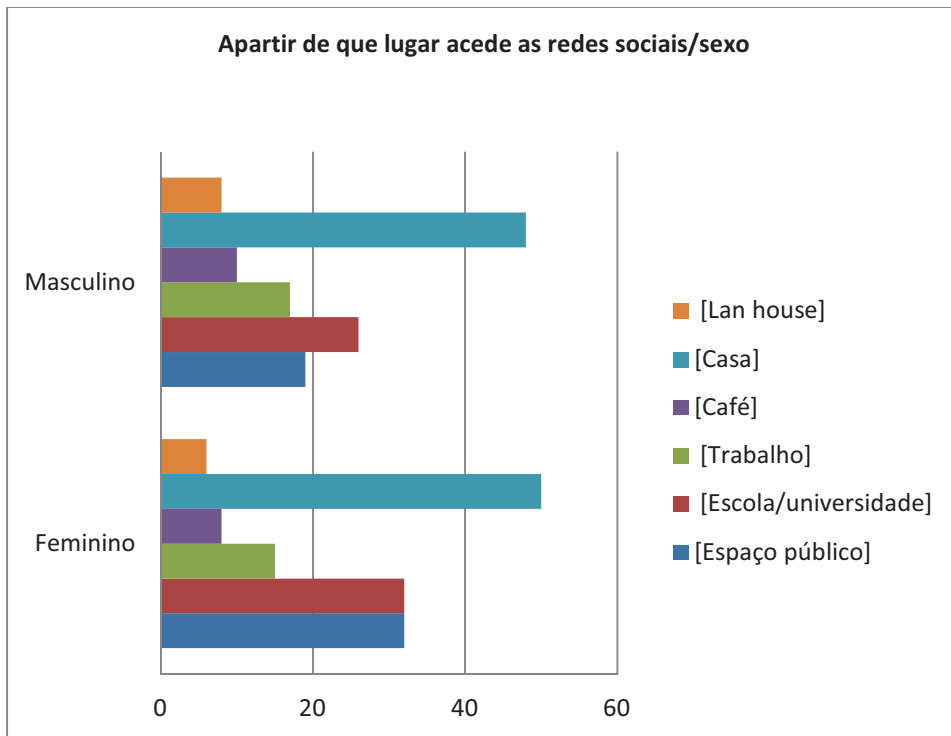
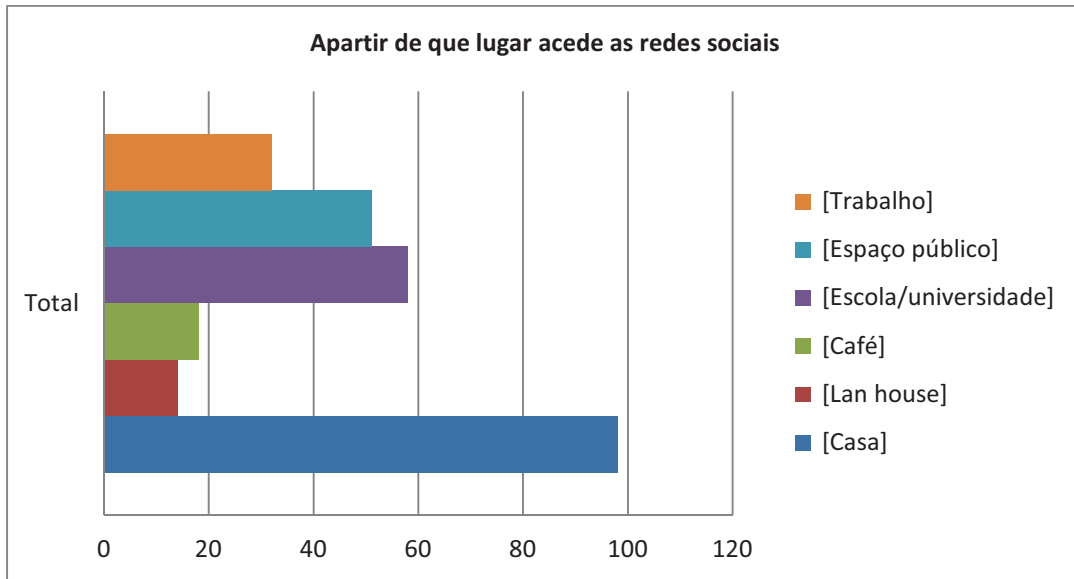


## Na relação com cabo verde utiliza o facebook sobretudo para?

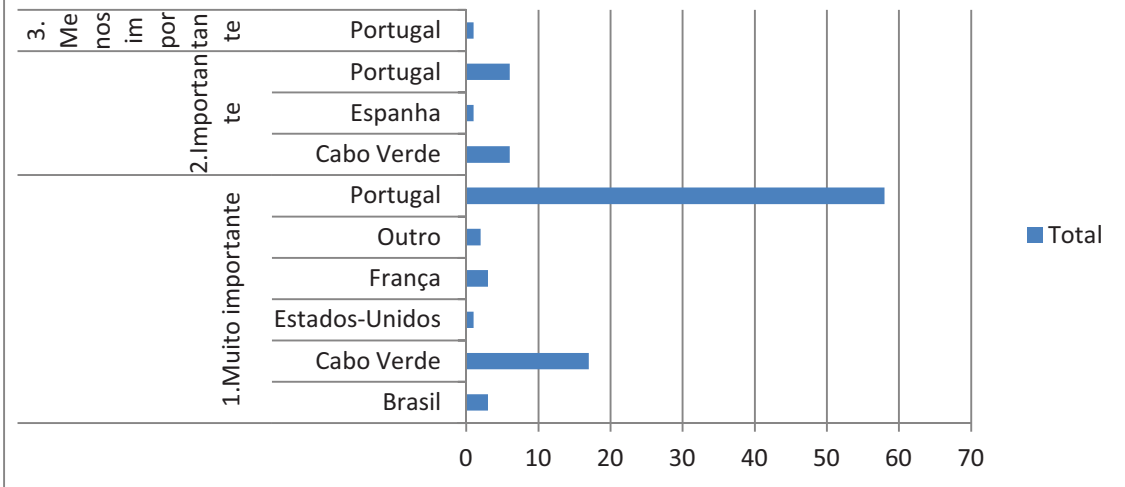




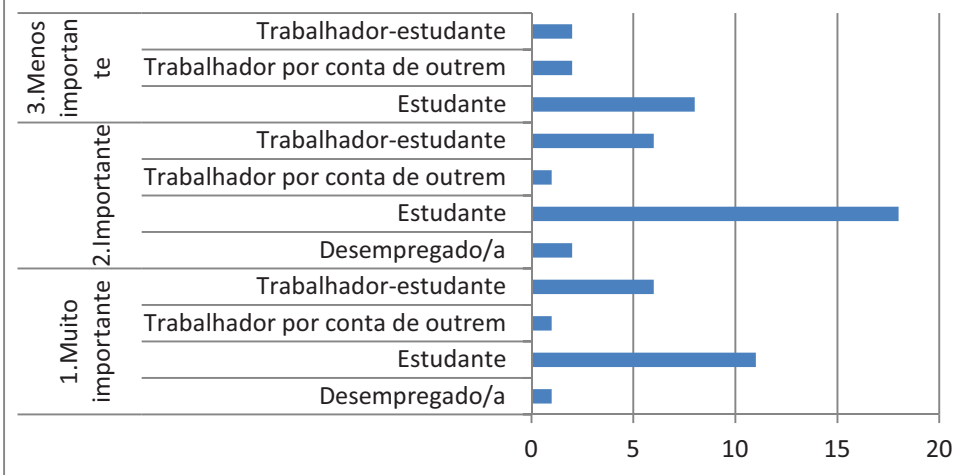
## A partir de que lugar acede as redes sociais



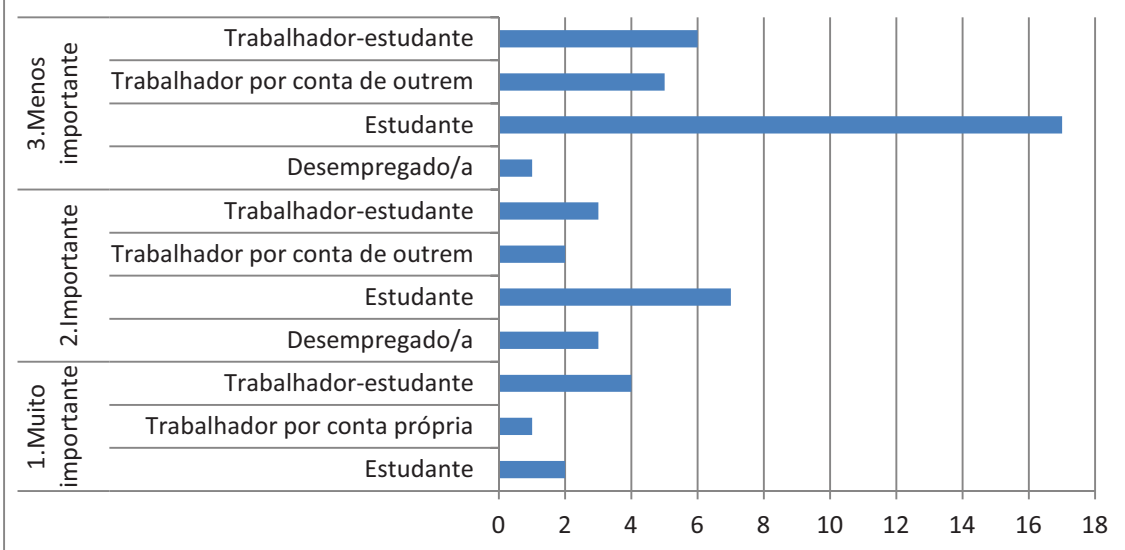
## Acesso em casa importancia

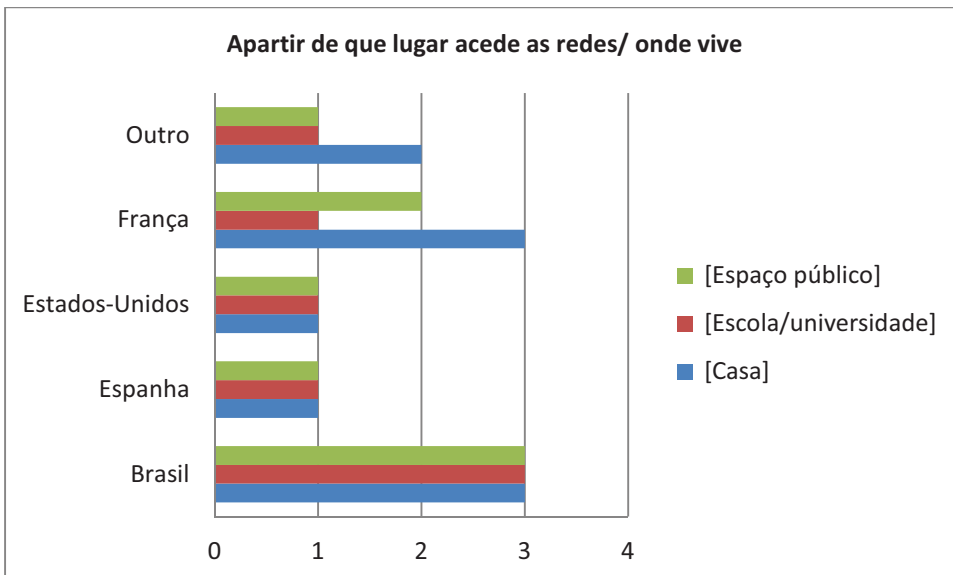
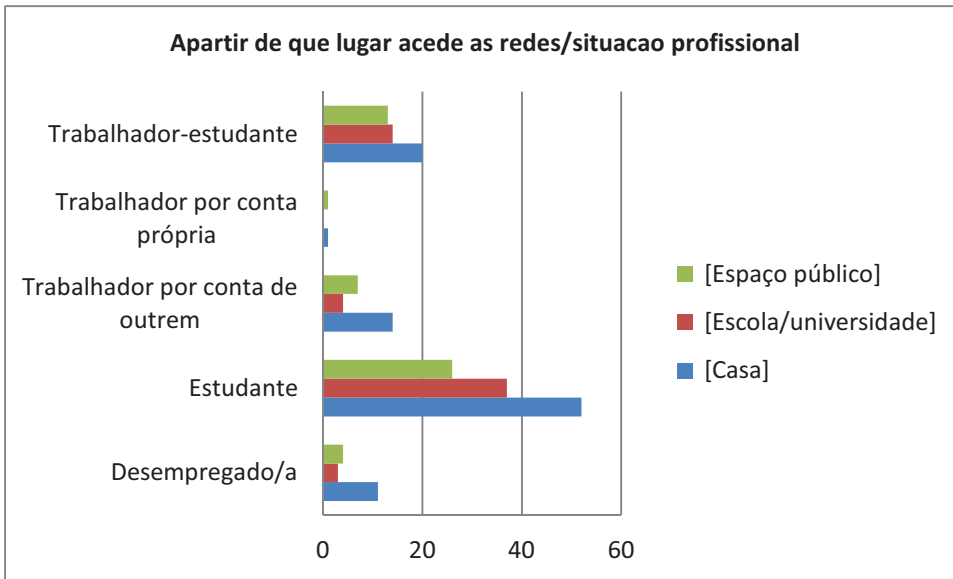


## Acesso a partir de escola/universidade

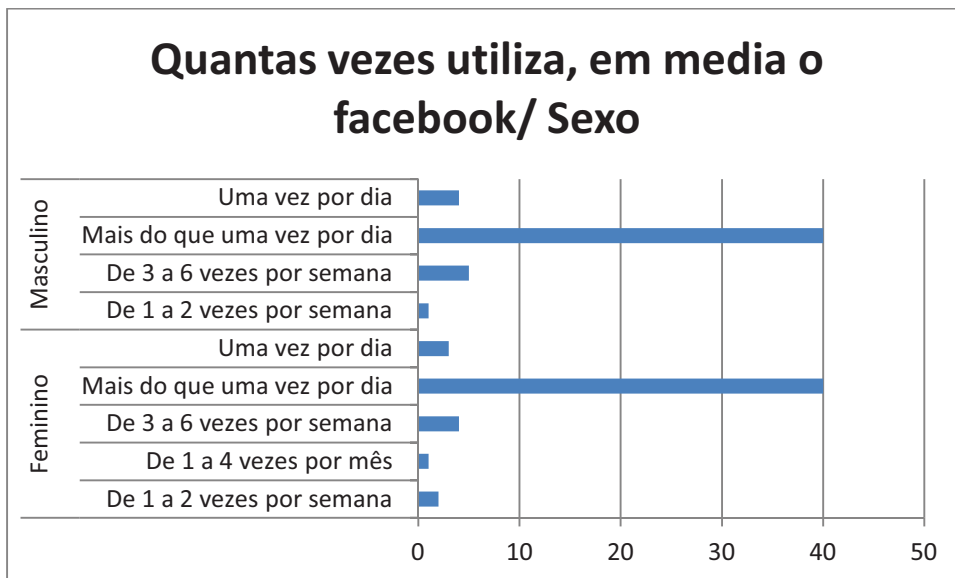
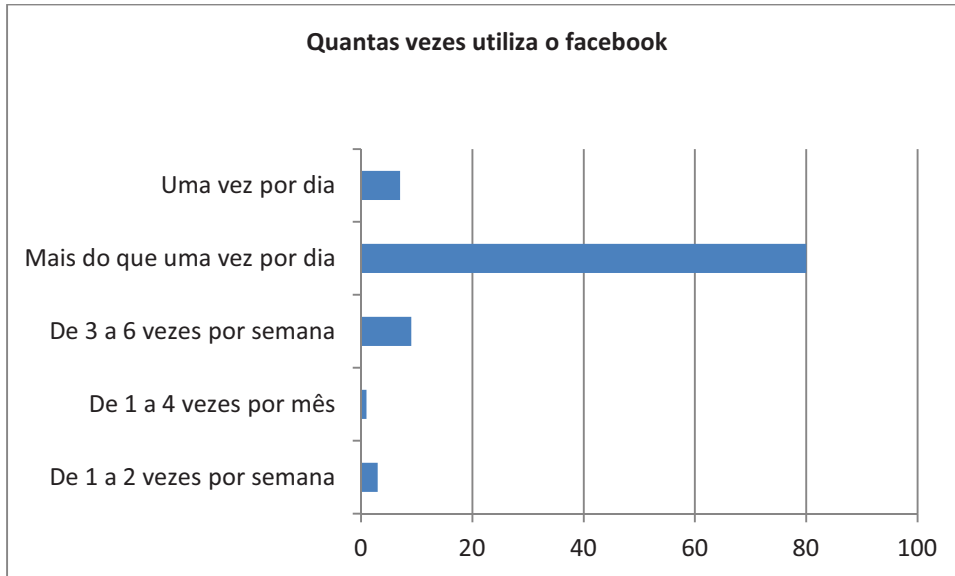


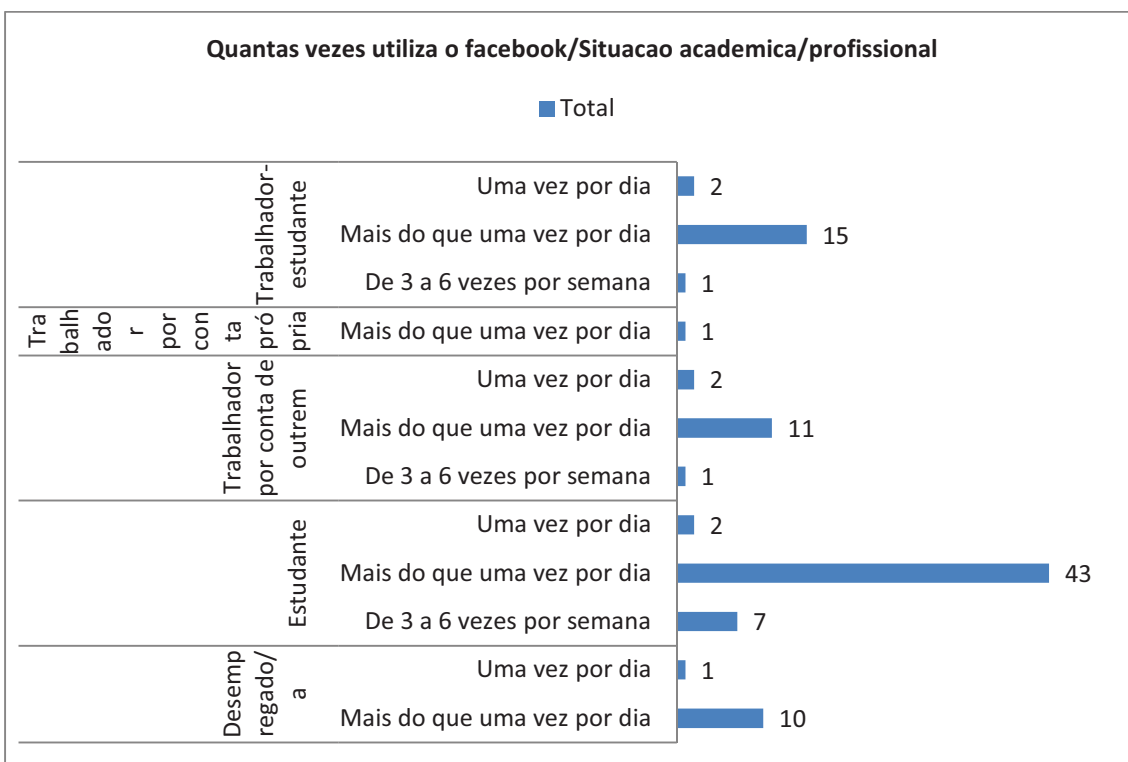
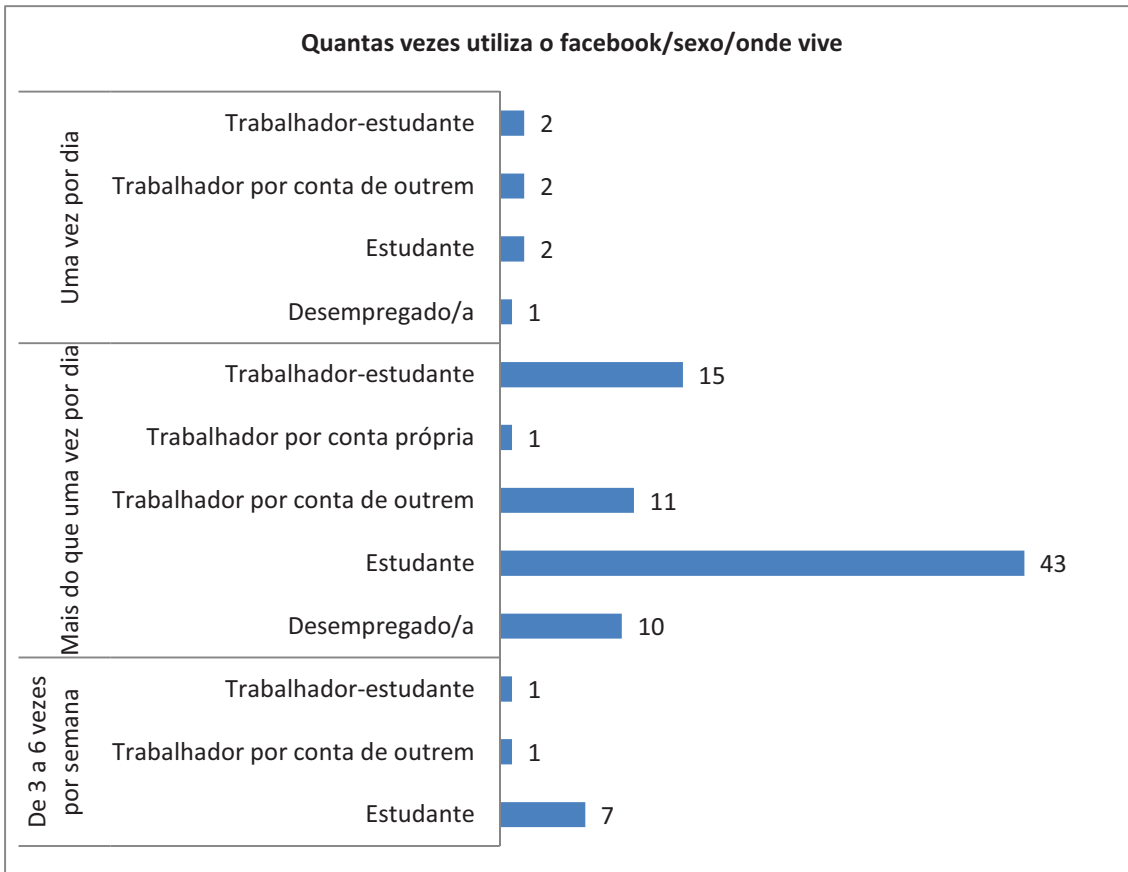
## Acesso a partir de espaços públicos



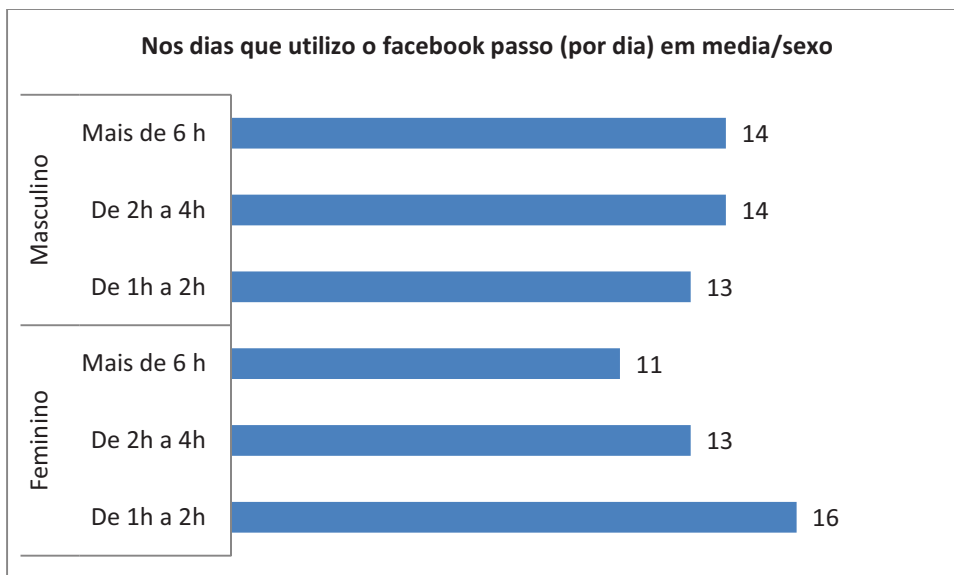
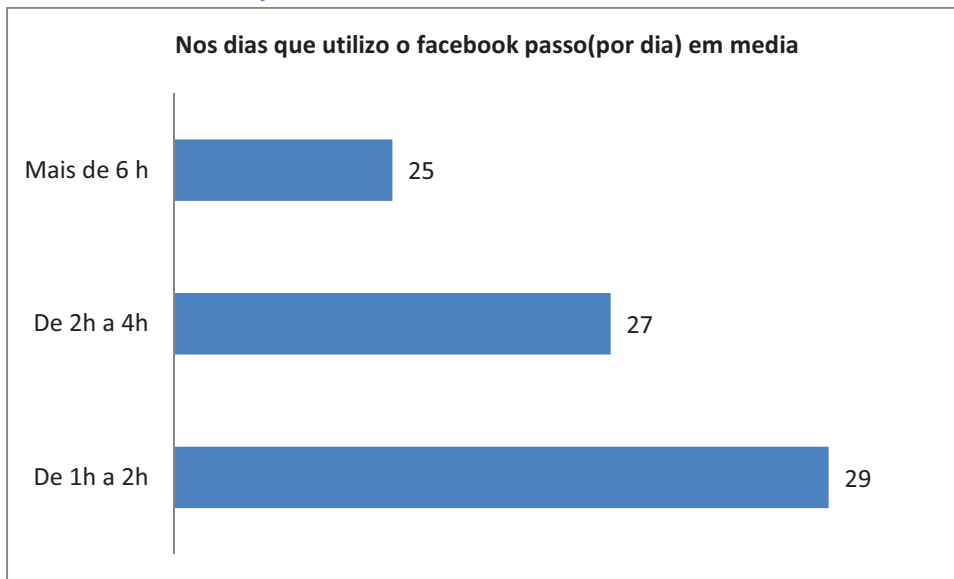


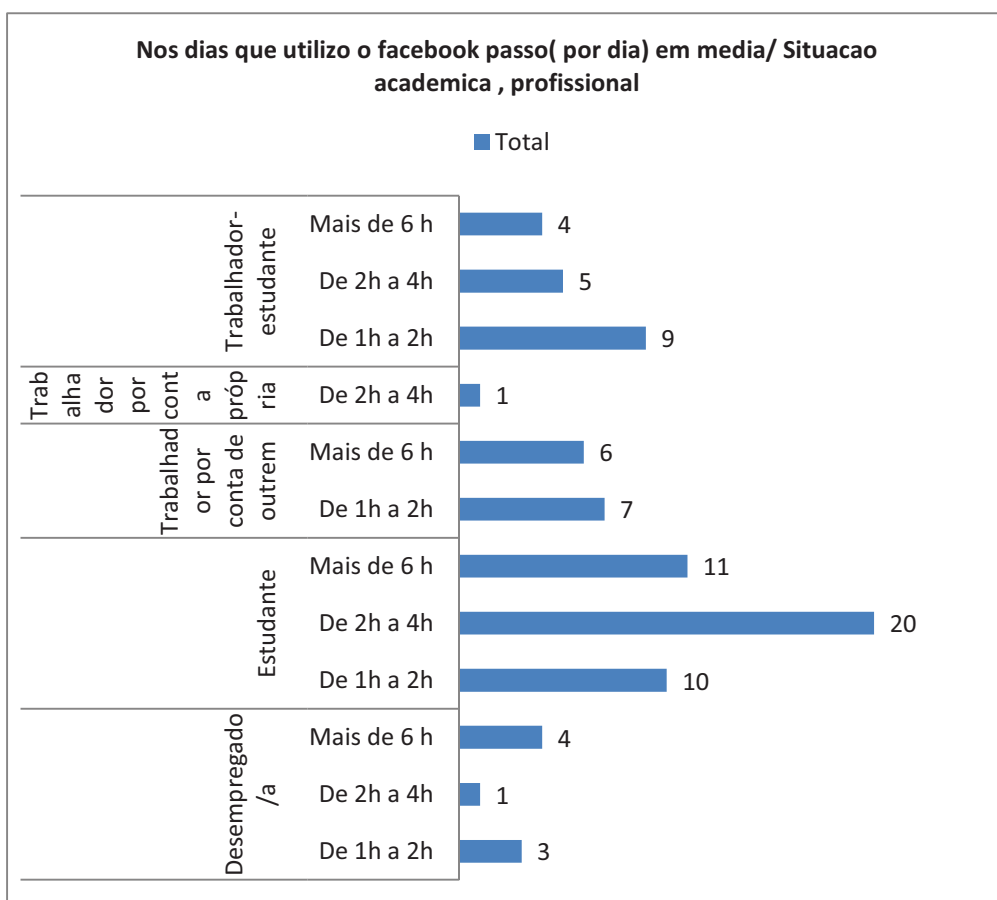
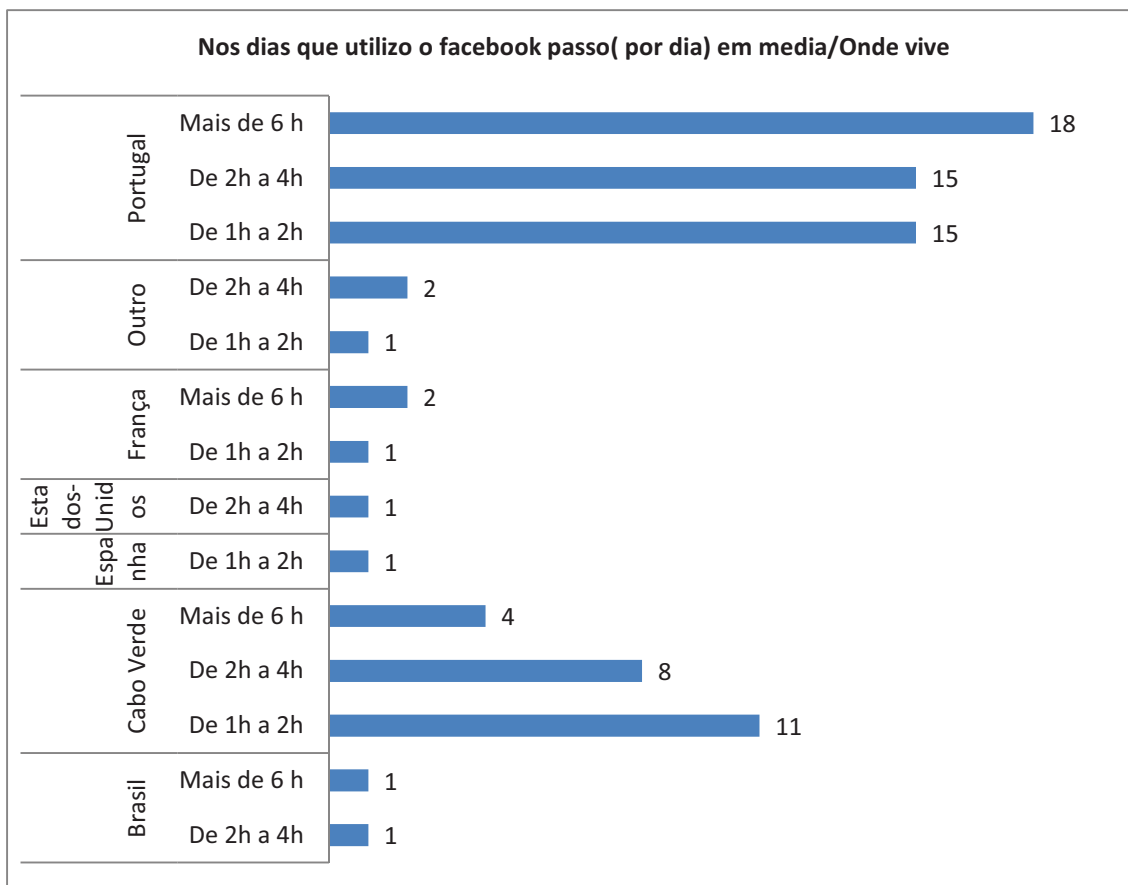
## Quantas vezes acedem ao facebook



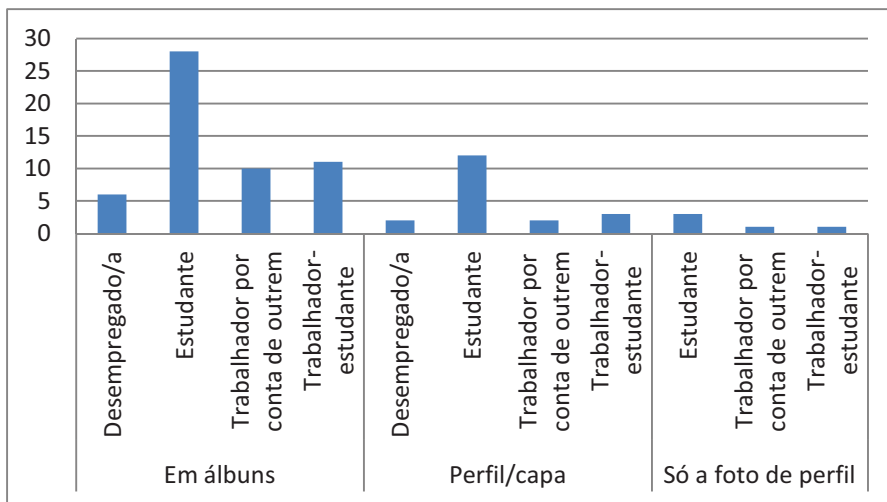
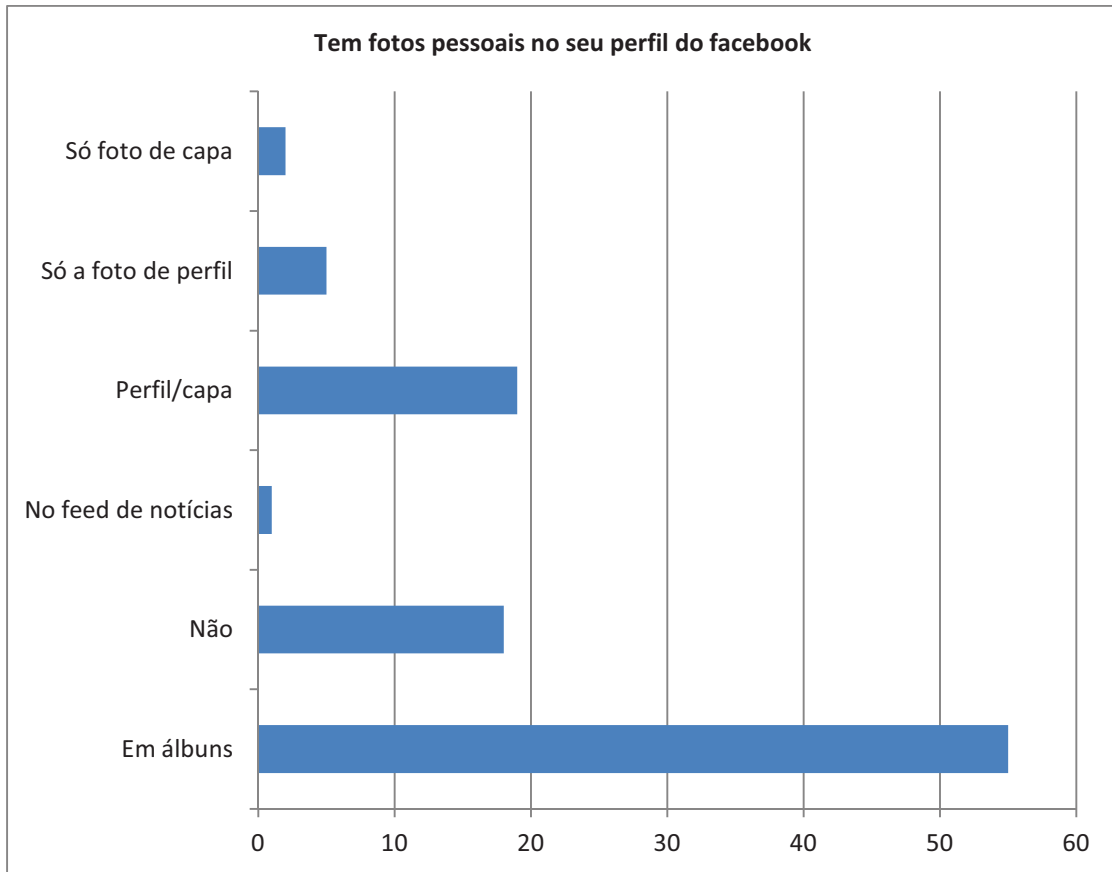


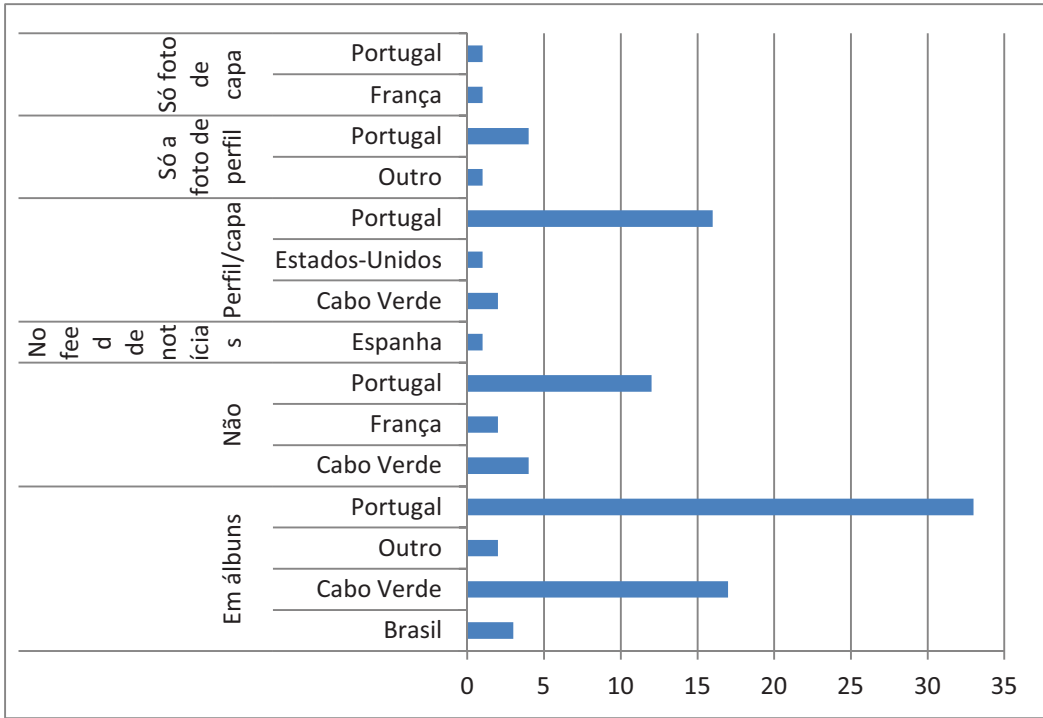
## Media de utilização do facebook





## Tem fotos pessoais no seu perfil do facebook





## Finalidade de utilização das redes sociais

