

ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS NAS REDES SOCIAIS POR ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR

Carlos Morais, ESE, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, cmmm@ipb.pt

Luísa Miranda, ESTIG, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, lmiranda@ipb.pt

Paulo Alves, ESTIG, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, palves@ipb.pt

Paulo Dias, Instituto de Educação, Universidade do Minho, Portugal, paulodias@ie.uminho.pt

Resumo: As redes sociais constituem uma das formas mais efectivas das pessoas interagirem e se relacionarem. São utilizadas por milhões de pessoas em todo o mundo. Há razões muito distintas que levam as pessoas a aderir às redes sociais, a optar por uma determinada rede, bem como a desenvolver actividades nessas redes.

Considerando a importância que os alunos atribuem às redes sociais e às potencialidades que lhes reconhecem, os principais motivos desta reflexão consistem em apreciar se os alunos e as alunas do ensino superior aderem às redes sociais por motivos idênticos, se desenvolvem actividades idênticas e se utilizam as mesmas redes sociais. Do estudo é possível inferir que há diferenças significativas entre os alunos e as alunas relativamente aos motivos de adesão às redes sociais associados ao apoio à aprendizagem e às actividades que desenvolvem associadas à consulta de informação e à disponibilização de conteúdos.

Palavras-Chave: Web 2.0, redes sociais, utilização das redes sociais por género

Abstract: Social networks are one of the most effective ways where people can interact and establish relations. These networks are used by millions of people around the world. The reasons for using social networks are very distinct, as well as the activities that users realize in this networks.

Taking into consideration the importance that students pointed out to social networks, the time that they spend and the potential that they recognize, the main reasons for this discussion are focused on the differences between male and female higher education students in the reasons to join a social network, the activities carried out and if they use the same social networks. From this study we can infer that there are significant differences between male and female students in respect to the reasons to join social networks and in the type of activities carried out for learning support, browse and contents publishing.

1. Introdução

As redes sociais constituem um dos fenómenos mais marcantes da actualidade. Como sugere Ellison et al. (2007), o número de utilizadores e formas de utilização aumentam diariamente, nomeadamente para interagirem com pessoas conhecidas ou para conhecer novas pessoas. Mayer & Puller (2008) salientam que os contactos sociais desenvolvidos nestas redes têm grande impacto na interacção e na transmissão de informação entre os membros das redes sociais.

Considerando que as redes sociais envolvem cada vez mais utilizadores, entre os quais alunos e alunas do ensino superior, e que é urgente utilizar as suas potencialidades ao serviço do ensino e da aprendizagem, é importante saber se as motivações dos alunos e das alunas para utilizarem as redes sociais são idênticas ou diferentes, bem como as preferências na escolha de uma rede social e as acções desenvolvidas nessas redes.

Assim, os principais objectivos desta investigação foram apreciar se há diferenças significativas entre os alunos e as alunas do ensino superior: nas motivações para utilizarem as redes sociais; na rede social que utilizam e nas acções que desenvolvem nas redes sociais.

Nesta reflexão para além de se abordarem as potencialidades das redes sociais serão analisadas e comparadas em função do género as respostas de uma amostra de alunos do ensino superior a um questionário a partir do qual se identificaram os motivos de adesão às redes sociais, as redes que usam regularmente e as acções que os alunos e as alunas desenvolvem nessas redes.

2. Potencialidades das redes sociais

As redes sociais na Web emergem das práticas de interacção orientadas para a partilha e formação de grupos de interesse que estão na origem das narrativas digitais da sociedade do conhecimento. O sentido da construção colectiva e colaborativa na Web constitui uma das principais características destas organizações, para além da flexibilidade e da complexidade dos sistemas de informação, aprendizagem e conhecimento.

As redes sociais são definidas por Boyd & Ellison (2008) como um serviço baseado na Web que permite aos utilizadores construir um perfil público ou semipúblico e estabelecer contacto com utilizadores dessas redes. Quintero & Porlán (2010) referem que um perfil poderá ser mais ou menos complexo, em função da rede que está a ser usada, tendo como objectivo ligar sucessivamente os utilizadores que fazem parte dessa rede, através de categorias, grupos, etiquetas, entre outros.

A configuração dos meios, formas e contextos de interacção na rede são realizados através da mediação digital. Porém, este processo estende-se para além da perspectiva tecnológica da mediação e incide de forma particular nas práticas de mediação social e cognitiva entre os membros que integram a rede, transformando o conjunto destas numa narrativa colectiva e na experiência de conhecimento partilhada pela comunidade. Neste sentido, o conhecimento elaborado no âmbito da rede constitui uma representação colectiva e partilhada pelos membros do grupo.

O sentido de abertura associado ao conceito da rede remete-nos para a flexibilidade de um modelo organizacional tendencialmente não hierárquico, não centralizado e horizontal, caracterizado, ainda, pela fluidez de percursos e trajectórias de interacção nos universos digitais e pela densidade das experiências colaborativas sociais e cognitivas.

VII Conferência Internacional de TIC na Educação

A flexibilidade constitui a capacidade de reconfiguração do sentido e objectivos da rede social no quadro do seu processo de desenvolvimento, cujas implicações apresentam novos desafios para a Educação, nomeadamente ao nível dos contextos e práticas das redes de comunicação.

Das potencialidades atribuídas às redes sociais destacamos as referidas por Quintero & Porlán (2010) que consideram que as redes sociais oferecem um conjunto de ferramentas de publicação e comunicação com as quais é possível de uma forma fácil e agradável publicar fotos, enviar mensagens, fazer comentários, editar o perfil do utilizador, comunicar de diferentes modos e em diferentes tempos e criar uma rede de contactos que vai crescendo de forma exponencial. Salienta-se, ainda, como uma das maiores potencialidade das redes sociais a facilidade com que permitem estabelecer conexões entre pessoas e entre estas e uma enorme diversidade de recursos.

No sentido de se explorarem as conexões na Web de uma forma consistente, Siemens (2004) apresenta os princípios do conectivismo, dos quais salientamos: a aprendizagem e o conhecimento requerem diversidade de opiniões para representar o todo; a aprendizagem é um processo de formação de redes de nodos especializados conectados a fontes de informação; o conhecimento pode residir em aplicações não humanas, sendo a aprendizagem activada ou facilitada pela tecnologia; a capacidade para querer saber mais é mais importante do que o que se sabe em cada momento; aprender e conhecer são processos contínuos e dinâmicos; a actualização é o propósito de todas as actividades conectivistas de aprendizagem; aprender é tomar decisões.

Admitindo os princípios do conectivismo referidos somos de opinião que as redes sociais constituem-se como um conjunto organizado de recursos com potencialidades para implementar e dar vida aos princípios definidos, nomeadamente, através da facilidade de obter diversidade de opiniões para aprender e conhecer, de proporcionarem condições de interacção para obter respostas às questões que se coloquem, para procurar saber mais e tomar decisões pensadas e construídas pela comunidade que partilha a rede social com cada utilizador.

As redes sociais podem ser vistas como a prática de expansão do conhecimento através do estabelecimento de ligações com pessoas com interesses comuns (Gunawardena et al., 2009).

As redes sociais podem constituir autênticos ambientes de aprendizagem para comunidades interessadas no desenvolvimento de assuntos particulares do seu interesse. Neste sentido, constituem uma alternativa às plataformas tradicionais de aprendizagem. Como sugere Arnold (2010) as redes sociais centram-se no espírito colaborativo e de comunidade, combinando o perfil individual com ferramentas interactivas de grupo, como chat, blogues e fóruns de discussão.

A mudança de paradigma de um ensino centrado na transmissão para um ensino centrado no estudante reforça a importância das redes sociais, nomeadamente, pelas suas funcionalidades associadas ao desenvolvimento de contactos, partilha de informação e de conhecimentos

centrados no perfil do utilizador que vai aumentando de acordo com as suas necessidades de comunicação, aprendizagem e desenvolvimento social.

Os utilizadores das redes sociais têm permanentemente a possibilidade de se apresentarem a outros utilizadores, de se articularem com os elementos do grupo que integram, criando relações sociais e estabelecendo relações cada vez com maior número de pessoas.

Considerando a opinião de Ellison et al. (2007) as redes sociais podem ser orientadas aos contextos de trabalho, como exemplo LinkedIn, para ligar pessoas com interesses comuns, como o MySpace, ou para manter contacto entre colegas de escola, como por exemplo o Facebook.

As redes sociais constituem um espaço fácil e acessível para a interacção e a troca de opiniões, podendo ser utilizadas do mesmo modo que os sítios pessoais na Web e as aplicações de mensagens instantâneas. Estas potencialidades podem ser importantes quando os utilizadores se encontram online, porque podem beneficiar das ferramentas disponíveis que possibilitam a comunicação (Pempek et al., 2009).

As imensas possibilidades de partilha da informação e de colaboração, favorecendo novas oportunidades a nível pessoal, profissional e educativo têm constituído fortes razões para a evolução acelerada do sucesso das redes sociais.

A nível mundial as redes sociais com maior número de utilizadores são o Facebook, Myspace, Twitter, Flixster e LinkedIn (Compete, 2010). Em Portugal as redes mais utilizadas são: Facebook, Youtube, Hi5, Twitter e Myspace (Alexa, 2010).

A utilização das redes sociais na aprendizagem ainda é um campo pouco estudado, podendo-se destacar um estudo efectuado por Barbour & Plough (2009) que descreve o uso educacional das redes sociais como complemento de um curso online realizado na Odyssey Charter High School. O programa de e-learning adoptou um modelo misto de ensino (blended-learning), em que os alunos encontravam-se presencialmente quatro horas por semana numa sala de aulas e o tempo restante online. Dos resultados desse estudo destaca-se que esta abordagem é eficiente, tem a preferência dos alunos e dos professores. Enfatizam-se as vantagens do blended-learning porque permite a ampliação do espaço da sala de aula e impulsiona a criação de comunidades de aprendizagem através do uso das redes sociais, incluindo o Facebook, Ning e ambientes virtuais de aprendizagem.

Atendendo à opinião de Hung & Yuen (2010), a experiência positiva de aprendizagem dos alunos através do uso das redes de aprendizagem está amplamente relacionada com a partilha de informação e a interacção com a tecnologia. Muitos investigadores poderão concordar que existe um estudo exaustivo sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação na aprendizagem, mas as implicações das redes sociais na aprendizagem ainda são pouco estudadas, sendo uma área fértil de investigação que merece uma grande atenção.

3. Caracterização da investigação

3.1. Natureza e objectivos da investigação

Esta investigação relativamente à sua natureza pode ser considerada próxima do paradigma de investigação quantitativa, atendendo que os resultados foram obtidos a partir das respostas dadas pelos sujeitos da amostra a questões de resposta fechada, nomeadamente respostas acerca da quantidade de alunos que utilizam as redes sociais, do número de alunos que utiliza cada rede e do número de alunos que desenvolve determinada acção nas redes sociais.

Relativamente aos procedimentos realizados, a investigação pode-se considerar experimental por inquérito, atendendo a que a amostra de alunos foi directamente inquirida a partir de um questionário que teve em conta os objectivos a atingir com a investigação, nomeadamente, apreciar a influência do género dos sujeitos da amostra nas suas motivações para aderir às redes sociais, para seleccionar uma rede e as acções a realizar nas redes sociais.

3.2. População e amostra

A amostra é designada por não probabilística, atendendo que foi seleccionada em função da disponibilidade e da acessibilidade dos sujeitos da população.

A amostra foi constituída por 346 alunos do ensino superior, dos 2910 que constituíam a população. A amostra é constituída por sujeitos do 1.º, 2.º e 3.º ano de licenciatura, sendo 65% do 1.º ano, 18,2% do 2.º e 16,8 % do 3.º ano. As idades variam entre 18 e 43 anos, sendo a média de 21 anos, a mediana 20 anos e a moda 19 anos. Para o tratamento dos dados tendo em conta o género desta amostra, constituíram-se dois grupos, um constituído pelos sujeitos do género masculino (GM) e um grupo com os sujeitos do género feminino (GF). O grupo GM é constituído por 120 sujeitos, a que corresponde 34,7% da amostra e o grupo GF é constituído 226 sujeitos que correspondem a 65,3% da amostra. No grupo GM a média de idades é 21,3 anos, a moda é 20 anos e a mediana é 20,5 anos. No grupo GF a média de idades é 20,8 anos, a moda é 19 anos e a mediana é 20 anos.

3.3. Recolha e tratamento de dados

A recolha de dados foi efectuada a partir da administração de um questionário aos sujeitos da amostra no ano lectivo de 2009/2010. O questionário é constituído por oito questões, sendo consideradas para este estudo apenas três, cada uma com seis itens de resposta. Cada item admite duas opções de resposta “sim” e “não”. A administração do questionário e posterior recolha foram efectuadas, em cada turma a que pertenciam os sujeitos da amostra, no início de uma aula pelo respectivo professor, a pedido dos autores do estudo.

Os dados começam por ser apresentados e organizados em tabelas de distribuição e posteriormente passa-se à análise estatística dos mesmos no sentido de fazer inferências a partir dos resultados obtidos pela aplicação dos testes estatísticos considerados adequados e

dos procedimentos efectuados com recurso ao programa estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

4. Resultados da investigação

Os resultados acerca dos motivos que levam os alunos e as alunas a aderir às redes sociais, bem como as redes sociais que utilizam e as acções que desenvolvem nessas redes foram obtidos a partir de uma amostra de alunos do ensino superior, dividida em dois grupos em função do género. Assim serão comparadas, nos aspectos em estudo, as respostas dadas pelos sujeitos do género masculino com as respostas dadas pelos sujeitos do género feminino.

Para além de uma apreciação descritiva dos dados serão também realizados testes estatísticos recorrendo-se ao programa SPSS 19.0 que permitam apreciar as diferenças entre os sujeitos do género masculino e os sujeitos do género feminino relativamente aos motivos de adesão às redes sociais, às redes sociais utilizadas regularmente e às acções desenvolvidas nas redes sociais.

4.1. Apreciação dos motivos que levam os alunos e as alunas do ensino superior a aderir às redes sociais

Compreender os motivos que levam os alunos a aderir às redes sociais é sempre uma forma de conhecer melhor os alunos e as suas motivações. Por outro lado pode-se colocar a questão se os sujeitos do género masculino aderem às redes sociais por motivos idênticos ou distintos dos sujeitos do género feminino.

Foi solicitado aos alunos que respondessem à questão “saliente os motivos de adesão às redes sociais”, tendo como opção de resposta “sim” ou “não”, em função dos seguintes itens: Contactos com amigos (as), Contactos profissionais, Promoção de eventos, Discussão de temas de interesse, Apoio à aprendizagem e Entretenimento.

Na tabela seguinte apresenta-se a distribuição dos motivos de adesão às redes sociais em função do género dos sujeitos da amostra.

Tabela 1: Motivos de adesão às redes sociais dos alunos e das alunas

Motivos de adesão	Alunos		Alunas	
	n	%	n	%
Contactos com amigos (as)	118	25	226	24
Contactos profissionais	47	10	97	10
Promoção de eventos	61	13	92	10
Discussão de temas de interesse	66	14	127	14
Apoio à aprendizagem	62	13	173	19
Entretenimento	112	24	209	23
Total	466	100	924	100

Atendendo aos dados apresentados na tabela anterior e comparando as percentagens de respostas relativas a cada um dos aspectos estudados verificam-se percentagens com valores

muito próximos em quase todos os aspectos, com excepção do aspecto associado ao apoio à aprendizagem.

As respostas dos alunos e das alunas, relativas aos motivos de adesão às redes sociais, foram tratadas tendo em conta a amostra de alunos e a amostra de alunas, constituindo dois grupos independentes, conforme são apresentados na tabela anterior.

Para melhor se compreenderem as diferenças entre a frequência de respostas dos alunos e das alunas convencionou-se atribuir à opção “sim” a pontuação numérica 1 (um) e à opção “não” a pontuação 0 (zero). Deste modo, a frequência dos motivos de adesão dependem das pontuações obtidas, tendo em conta a convenção referida.

Atendendo ao tamanho das amostras, considera-se essencial para se poderem utilizar testes paramétricos que seja possível realizar operações numéricas com os dados experimentais e que a variabilidade dos resultados, em cada situação, seja idêntica (Pereira, 2004).

A possibilidade de efectuar operações numéricas com os dados fica garantida pela convenção adoptada. Para a homogeneidade das variâncias será utilizado o teste de Levene. Como afirma Maroco (2010) “para testar a homogeneidade das variâncias o teste de Levene é um dos mais potentes” (p. 133). Os cálculos serão efectuados pelo programa estatístico SPSS, conforme se apresentam na tabela seguinte:

Tabela 2: Teste de homogeneidade de variância relativo aos motivos de adesão às redes sociais dos alunos e das alunas

Motivos de adesão às redes sociais	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Contactos com amigos (as)	5,768	1	344	0,017
Contactos profissionais	1,145	1	344	0,285
Promoção de eventos	4,613	1	344	0,032
Discussão de temas de interesse	0,068	1	344	0,794
Apoio à aprendizagem	42,186	1	344	0,000
Entretenimento	0,348	1	344	0,556

Considerando como hipótese nula “Há igualdade de variâncias nos dados dos dois grupos – alunos, alunas”, verifica-se que apenas é possível rejeitar a hipótese nula nas situações associadas aos aspectos “Contactos com amigos (as)”, “promoção de eventos” e “apoio à aprendizagem”. Assim, podemos admitir a hipótese nula para as outras situações, ou seja, não existem diferenças significativas entre as variâncias dos dados dos dois grupos relativamente aos aspectos: contactos profissionais, discussão de temas de interesse e entretenimento.

Para analisar as diferenças de variância entre os motivos de adesão às redes sociais entre os alunos e as alunas vamos utilizar o teste de variância ANOVA *One-way*, pois o género é a única variável independente (Maroco, 2010). Foram testados os aspectos para os quais se admitiu, em função da tabela anterior, que existia homogeneidade de variância.

Tabela 3: Resultados de aplicação da ANOVA sobre os motivos de adesão às redes sociais dos alunos e das alunas

VII Conferência Internacional de TIC na Educação

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Contactos profissionais	Between Groups	0,065	1	0,065	0,265	0,607
	Within Groups	83,658	344	0,243		
	Total	83,723	345			
Discussão de temas de interesse	Between Groups	0,004	1	0,004	0,018	0,894
	Within Groups	85,452	344	0,248		
	Total	85,457	345			
Entretenimento	Between Groups	0,006	1	0,006	0,086	0,769
	Within Groups	25,728	344	0,075		
	Total	25,734	345			

Pela observação dos resultados apresentados na tabela anterior não existem diferenças significativas, com um nível de significância inferior a 0,05, entre os motivos que levam os alunos e as alunas a aderir às redes sociais. Testaram-se os dados relativos aos aspectos promoção de eventos e apoio à aprendizagem, relativamente aos quais não se verificou homogeneidade de variância, aplicando-se os testes estatísticos Welch e Brown-Forsythe, conforme se apresenta na tabela seguinte.

Tabela 4: Resultados da aplicação dos testes Welch e Brown-Forsythe sobre os motivos de adesão às redes sociais dos alunos e das alunas

Motivos de adesão	Testes	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Contactos com amigos(as)	Welch	1,070	1	165,437	0,302
	Brown-Forsythe	1,070	1	165,437	0,302
Promoção de eventos	Welch	3,524	1	238,314	0,062
	Brown-Forsythe	3,524	1	238,314	0,062
Apoio à aprendizagem	Welch	19,742	1	212,798	0,000
	Brown-Forsythe	19,742	1	212,798	0,000

a. Asymptotically F distributed.

Pela observação da tabela anterior, apenas há diferenças significativas entre os dados dos dois grupos relativamente ao apoio à aprendizagem. Conjugando estes dados com a distribuição das pontuações associadas a este aspecto nos dois grupos, verifica-se que o número de alunas que adere às redes sociais por motivos de apoio à aprendizagem é significativamente superior ao número de alunos.

Em síntese, podemos concluir que dos seis aspectos analisados não há diferenças significativas entre os motivos dos alunos e das alunas para aderir às redes sociais relativamente: contactos com os amigos(as), contactos profissionais, discussão de temas de interesse, promoção de eventos e entretenimento. Existem apenas diferenças significativas entre alunos e alunas na adesão às redes sociais por motivos de apoio à aprendizagem, sendo favorável às alunas.

4.2. Identificação das redes sociais que os alunos e as alunas do ensino superior utilizam com maior frequência

Considerando o impacto que as redes sociais têm na vida dos estudantes, também foi preocupação desta reflexão apreciar se os sujeitos do género masculino optam pela utilização das mesmas redes que os do género feminino.

Foi solicitado aos alunos que respondessem à questão “saliente as redes sociais que utiliza regularmente”, tendo como opção de resposta “sim” ou “não”, em função dos seguintes itens: Facebook, Hi5, MySpace, Orkut, Twitter e Bebo. Na tabela seguinte apresenta-se a distribuição das redes sociais utilizadas regularmente em função do género dos sujeitos da amostra.

Tabela 5: Redes sociais que os alunos e as alunas utilizam regularmente

Redes Sociais	Alunos		Alunas	
	n	%	n	%
Facebook	93	42	191	45
Hi5	90	40	181	42
MySpace	22	10	20	5
Orkut	4	2	11	3
Twitter	12	5	22	5
Bebo	3	1	2	0
Total	224	100%	427	100%

De acordo com os dados apresentados na tabela anterior e comparando as percentagens de respostas relativas a cada uma das redes apreciadas, verificam-se algumas diferenças entre os valores das percentagens associadas aos sujeitos do género masculino e os sujeitos do género feminino.

Após a aplicação do teste de Levene para apreciar a homogeneidade de variância e da aplicação do teste ANOVA, quando se aceita a homogeneidade e da aplicação dos testes Welch e Brown-Forsythe às outras situações, é possível inferir: não existem diferenças significativas relativamente ao género na frequência de utilização das redes sociais Facebook, Hi5, Orkut, Twitter e Bebo. É apenas possível admitir que há diferenças significativas relativamente ao MySpace, com um nível de significância de 0,014, tendo a frequência de adesão dos alunos a mais elevada.

4.3. Acções desenvolvidas nas redes sociais pelos alunos e alunas do ensino superior

É uma constatação a utilização das redes sociais por um elevado número de alunos do ensino superior. Saber quais são as acções desenvolvidas pelos alunos nessas redes é de extrema importância, pois deste modo poderão ser abertas possibilidades para que as redes sociais possam ser utilizadas para fins científicos e pedagógicos pelos alunos. Neste trabalho, para além da preocupação em identificar as acções desenvolvidas pelos estudantes houve a preocupação de apreciar as acções desenvolvidas em função do género dos estudantes.

VII Conferência Internacional de TIC na Educação

Para apreciar as acções desenvolvidas nas redes sociais foi solicitado aos estudantes que respondessem à questão “saliente as acções que desenvolve regularmente nas redes sociais”, tendo como opção de resposta “sim” ou “não”, em função dos seguintes itens: Consultar informação, Disponibilizar conteúdos, Enviar mensagens, Fazer comentários, Manter contacto com amigos(as) e Jogar.

Na tabela seguinte apresenta-se a distribuição das acções desenvolvidas pelos estudantes nas redes sociais em função do género dos sujeitos da amostra.

Tabela 6: Acções que os alunos e as alunas desenvolvem regularmente nas redes sociais

Acções desenvolvidas	Alunos		Alunas	
	n	%	n	%
Consultar informação	88	17%	188	18%
Disponibilizar conteúdos	49	9%	129	12%
Enviar mensagens	103	19%	202	19%
Fazer comentários	97	18%	188	18%
Manter contacto com amigos(as)	115	22%	214	20%
Jogar	77	15%	138	13%
Total	529	100	1059	100

Pela observação da tabela anterior e comparando as percentagens de respostas relativas a cada uma das acções desenvolvidas nas redes sociais, verificam-se algumas diferenças entre os valores das percentagens associadas aos sujeitos do género masculino e às dos sujeitos do género feminino. Estas diferenças serão apreciadas em função de procedimentos estatísticos no sentido de poder inferir conclusões acerca da comparação das acções realizadas pelos alunos e pelas alunas.

Após a aplicação do teste de Levene para apreciar a homogeneidade de variância e da aplicação do teste ANOVA, quando se aceita a homogeneidade e da aplicação dos testes Welch e Brown-Forsythe às outras situações, é possível admitir a existência de diferenças significativas, a um nível de significância de 0,005, entre os géneros relativamente à frequência de disponibilização de conteúdos, bem como à frequência de consulta de informação, sendo as alunas as que apresentam maior frequência de utilização das redes sociais em ambas as situações. Nas outras situações não se verificam diferenças significativas entre os géneros.

5. Considerações finais

O objectivo principal deste estudo consistiu em analisar os níveis de motivação, participação e utilização das redes sociais por género, no sentido de desenvolver o conhecimento das dinâmicas internas dos seus actores. Um estudo de Lewisa et al. (2008), revela que as diferenças entre o género masculino e feminino não são significativas ao nível da dimensão da rede de amigos, mas reconhece diferenças ao nível da publicação de fotografias e da alteração do perfil, sendo os sujeitos do género feminino os que apresentam maior frequência de publicações.

Dos motivos que levam os alunos a utilizarem as redes sociais foram apreciados os seguintes itens/domínios: contacto com os amigos, contactos profissionais, promoção de eventos, discussão de temas de interesse, apoio à aprendizagem e entretenimento. Apenas foram identificadas diferenças significativas entre os alunos e as alunas relativamente ao apoio à aprendizagem, sendo o número de alunas significativamente maior do que o número de alunos que adere às redes sociais por motivos de apoio à aprendizagem. Não se verificam diferenças significativas entre os alunos e as alunas em qualquer outro dos motivos referidos.

Acerca das redes sociais que os alunos do ensino superior utilizam, apreciou-se a adesão às seguintes redes: Facebook, Hi5, Myspace, Orkut, Twitter e Bebo. Destas, apenas se verificam diferenças significativas entre o número de alunas e de alunos que as utilizam no MySpace, sendo, o número de alunos significativamente superior ao número de alunas que utiliza esta rede.

Das acções desenvolvidas nas redes sociais pelos alunos do ensino superior foram apreciadas as seguintes acções: consultar informação, disponibilizar conteúdos, enviar mensagens, fazer comentários, manter contactos com os amigos e jogar. Destas, apenas se verificam diferenças significativas entre o número de alunos e de alunas nas acções associadas à consulta de informação e à disponibilização de conteúdos. Em ambos os casos são as alunas que consultam com maior frequência informação nas redes sociais, assim como são as alunas que disponibilizam mais conteúdos nas redes sociais.

6. Bibliografia

- Alexa. (2010). *Top sites in Portugal*. Acedido em Maio 10, 2010, de <http://www.alexa.com/topsites/countries/PT>
- Arnold, N. (2010). Using a social networking site for experiential learning: Appropriating, lurking, modeling and community building. *The Internet and Higher Education*, 13(4), 188-196.
- Boyd, D., Ellison, N., (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Compete. (2010). *Monthly Normalized Metrics*. Acedido em Maio 10, 2010, de <http://siteanalytics.compete.com/facebook.com+myspace.com+hi5.com/>
- elearnspace, Siemens, G. (2004). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Acedido em Outubro 25, 2010, de <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
- Ellison, N., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), Acedido em Maio, 6, 2010, de <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

- Gunawardena, C.N., M.B. Hermans, D. Sanchez, C. Richmond, M. Bohley, & R. Tuttle. (2009). A theoretical framework for building online communities of practice with social networking tools. *Educational Media International*, 46(1), 3-16.
- Hung, H., & Yuen, S. (2010). Educational use of social networking technology in higher education. *Teaching in Higher Education*, 15(6), 703 -714.
- Lewisa, K., Kaufmana, J., Gonzaleza, M., Wimmerb, A. & Christakis, N. (2008). Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com. *Social Networks*, 30, 330–342.
- Maroco, J. (2010). *Análise estatística: Com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo, (3.^a Ed.).
- Mayer, A. & Puller, S. (2008). The old boy (and girl) network: Social network formation on university campuses. *Journal of Public Economics*, 92, 329-347.
- Pempek, T., Yermolayeva, Y. & Calvert, S. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227–238.
- Pereira, A. (2004). *Guia prático de utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Quintero, L., Porlán, I., (2010). Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas. In L. Quintero (Coord.), *Aprendizaje com redes sociales: tejidos educativos para los nuevos entornos* (pp. 17-38). Sevilla: Editorial MAD.