

XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação- XIII ENANCIB 2012

**GT3: Mediação, Circulação e Apropriação da Informação**

INTERAÇÃO DE JOVENS EM REDES SOCIAIS ON-LINE: APROPRIAÇÃO DA  
INFORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA LITERACIA SÓCIO-EMOCIONAL

Comunicação Oral

Simone de Assis Alves da Silva - Puc Minas

Ana Maria Cardoso Pereira - Puc Minas

anacard@pucminas.br

## Resumo

A expansão das redes sociais digitais alterou a forma de relacionamento e comunicação entre as pessoas, especialmente entre os jovens, contribuindo para o desenvolvimento da cultura digital. Uma questão importante para entender o fenômeno das redes sociais diz respeito à apropriação das informações através das relações estabelecidas nestes ambientes por um grande número de jovens que, na disputa pelo maior número de relacionamentos virtuais, “seguem” o caminho digital criando amizades e, sobretudo interagindo com outras pessoas de interesses afins. O objetivo deste artigo é identificar como o acesso e a apropriação das informações que circulam nas redes sociais promovem o desenvolvimento das literacias da informação e sócio-emocional dos jovens. A metodologia adotada para este estudo foi a *Análise de redes sociais – ARS* que permite o mapeamento, através de matriz binária, das relações dos diferentes atores, com base no fluxo de informações. Para aplicação da ARS foi utilizado o método “rede-ego” e o ambiente para seu desenvolvimento foi o site de relacionamento *facebook*. Os resultados permitiram auferir que através dos relacionamentos estabelecidos nas redes sociais os jovens agregam valores importantes no âmbito da cultura e da sociabilidade. Esses valores gerados no ambiente digital podem ser transferidos para a vida fora do mundo on-line, fazendo com que a apropriação das informações consumidas e produzidas nestes ambientes influencie diretamente no desenvolvimento da literacia informacional e sócio-emocional dos jovens.

**Palavras Chave:** Redes sociais on-line. Literacia. Tecnologia. Ciberespaço. Informação e Cultura digital.

## **Abstract**

The expansion of social digital networks changed the relationship and communication way between people, especially among young people, contributing to the development of digital culture. An important issue to understand the phenomenon of social networks relates to the appropriation of information that occurs through relationships established in these environments by a large number of young people, in contention for the largest number of virtual relationships, "follow" the way of creating digital friendships and above all, interacting with other people with similar interests. The aim of this paper is to identify how access to and mastering information circulating on social networks promote the development of information and socio-emotional literacies among young people. The methodology adopted for this study was the Social Networks Analysis – SNA, which allows mapping through a binary matrix the relations between different actors, based on information flow. To apply SNA method we used "ego-network", centered on Facebook. The results showed that through relationships established in the social networking, youth add important values in terms of culture and sociability. These values generated in the digital environment can be transferred to life outside the online world, thus making that ownership of the information consumed and produced in these environments, directly influence the development of information and socio-emotional literacies of young people.

**Keywords:** Online social networks. Literacy. Technology. Cyberspace. Information and Digital Culture.

## 1- Introdução

A expansão do acesso ao mundo virtual proporcionada pela rede mundial de computadores, Internet, estimulou expressiva popularização dos meios de comunicação, possibilitando a democratização do acesso à informação e o surgimento de um dos grandes fenômenos no mundo digital- as Redes Sociais, que têm alterado significativamente a forma como as pessoas se relacionam e interagem socialmente.

Em razão da sua grande popularidade, as redes sociais on-line vêm sendo objeto de estudo em várias áreas do conhecimento e assim, a descoberta de seus efeitos nas comunidades on-line e na sociedade como um todo tem se apresentado como um desafio.

Pesquisas e estudos têm sido realizados com o intuito de mapear as redes e estabelecer padrões em comportamentos de usuários, descobrir relações de disseminação e fluxo de informações, compreender características psico-sociais dos ‘internautas’, avaliar os impactos culturais e verificar seu uso como fontes promotoras de inovações individuais e coletivas.

No entanto, apesar da grande popularidade e da enorme quantidade de conteúdo disponível, o estudo das redes sociais on-line ainda é incipiente, uma vez que esses ambientes estão experimentando novas tendências e enfrentando novos problemas e desafios resultantes da assimilação pelos usuários dos contínuos avanços do ferramental computacional. (PEREIRA, PAPPA, WINCKLER e GOMES 2010)

Recente pesquisa realizada pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil- CGI- revelou informações sobre o acesso dos brasileiros aos sites de redes sociais verificando-se sua expressiva participação nestes ambientes. A incidência desta participação se faz tanto nas áreas urbanas quanto nas rurais do país e independe da classe social e do nível de escolaridade do usuário, no entanto, a maior participação, segundo dados da pesquisa, concentra-se no público jovem de 16 a 24 anos que representa 82% da população pesquisada.

Desta forma, percebe-se que uma considerável parcela de usuários de redes sociais é composta por um público dotado de qualidades potenciais que podem levar a transformações sociais no contexto em que estão inseridos - os jovens. Segundo Burd (2003), “os jovens geralmente tem o tempo, a energia, a vontade, as habilidades básicas e o direito de participar e ajudar a melhorar a qualidade de vida nos lugares onde vivem”.

O objetivo deste artigo é identificar como o acesso e a apropriação das informações que circulam nas redes sociais promovem o desenvolvimento das literacias da informação e sócio-emocional dos jovens. Assim, pretende-se saber o que os jovens mais gostam de fazer nas redes sociais on-line, mensurar o nível de interação entre eles e analisar o consumo/produção das informações digitais no contexto cultural dos jovens.

Para o desenvolvimento deste artigo utilizou-se como objeto de análise e estudo o Programa Plug Minas iniciativa do governo do estado de Minas Gerais em parceria com instituições privadas e que consiste em um centro de formação e experimentação digital atendendo jovens de escolas públicas de Belo Horizonte, por meio de núcleos de atividades com finalidades distintas. Neste estudo foram analisados dados do núcleo EJ-

Empreendedorismo Juvenil – fruto da parceria entre Plug Minas e Sebrae-MG, que tem como proposta formativa preparar os jovens para o mercado de trabalho, munindo-os com informações necessárias para sua atuação profissional, portanto, com uso intensivo de recursos digitais.

## **2- Métodos e técnicas adotados na pesquisa**

Para o desenvolvimento do estudo aqui relatado, envolvendo atores conectados por meio de softwares sociais, optou-se pela triangulação, que consiste em empregar procedimentos metodológicos quantitativos e/ou qualitativos, com adoção de técnicas complementares para melhor apreensão e interpretação dos fenômenos em análise. A este respeito Mingers (2001) afirma que os métodos de pesquisa devem ser vistos como instrumentos para provocar uma resposta do mundo investigado e as escolhas metodológicas devem ser feitas conscientemente à luz das inúmeras possibilidades de abordagem ao objeto foco do interesse.

A metodologia escolhida para este estudo foi a *Análise de redes sociais – ARS*. Técnica essa que tem sido muito empregada e descrita na literatura por possibilitar a identificação, de forma ampla e diagramática (com uso de matrizes binárias e grafos), da estrutura de comunicação de um grupo. A ARS permite que sejam mapeados vínculos, relações, posições e papéis dos diferentes atores, com base no fluxo de informações, conduzindo ao estabelecimento de padrões que ajudam a explicar comportamentos e ações dos integrantes. A aplicação da ARS foi feita com recurso ao software especialista UCINET<sup>1</sup> e sua plataforma gráfica NETDRAW.

Para desenvolvimento da ARS foi utilizado o método “rede-ego”, que consiste em selecionar um ou mais atores e identificar os demais atores que pertencem à sua rede (HANNEMAM e RIDDLE, 2005). Na rede-ego com conexões “amigas”, seleciona-se um ator ou atores (que neste artigo foram denominados “Sementes”) e sua rede, e, em seguida, identificam-se quais estão conectados entre si, possibilitando assim o mapeamento das redes a serem analisadas.

O ambiente utilizado para desenvolvimento do método foi o site de relacionamento (amizades) que os jovens usam atualmente com maior frequência na Web - o facebook- que conta com a participação de 43% dos jovens pesquisados. Para tanto, foram selecionados 16 alunos do Núcleo EJ que manifestaram interesse em participar da pesquisa fornecendo dados sobre suas redes de relacionamento. Três desses alunos foram selecionados, de acordo com o número de amizades no facebook com relação a todo o grupo:

- S1 (primeira semente) que possui um número mediano de amizades na rede- 858,
- S2 (segunda semente) que possui maior número de amigos - 2461 e
- S3 (terceira semente) que possui menos amigos no ambiente virtual - 190.

---

<sup>1</sup> Software de licenciamento proprietário da companhia Analytic Technologies <<http://analytictech.com>>

Para sistematização da coleta de dados na rede-ego foi criado no facebook um grupo/comunidade denominado pelos alunos como *PP\_Conectados* onde, durante dez dias, ficou disponibilizado para os alunos um questionário on-line.

Mediante o acesso aos dados do questionário on-line, foi possível dar início ao mapeamento da matriz binária das três “sementes” no software UCINET que ocorreu em cinco etapas: 1ª) Seleção dos três melhores amigos (laços fortes) da semente; 2ª) Expansão das redes desses três amigos agregando outros três integrantes (amigos) para cada um deles; 3ª) Geração do esboço, via NETDRAW, do grafo contendo as conexões mapeadas nas duas primeiras etapas; 4ª) Agregação de outros dois integrantes (amigos) para os atores (vértices) que apresentaram menor grau (menor número de ligações diretas) no grafo. 5ª) Geração do grafo definitivo contendo os quinze atores com introdução do atributo sexo e suas respectivas conexões.

Pela forte presença dos alunos nesse ambiente foi possível ao longo das análises dos dados interagir com o grupo, no sentido de entender melhor algumas colocações feitas por eles e também capturar depoimentos que serão relatados adiante, na sequência do artigo.

### **3- Fundamentos Teóricos**

A primeira discussão sobre os elementos contituíntes dos softwares sociais, que dão suporte às redes sociais, foi protagonizada em 2003 por Stewart Butterfield citado por Baranauskas, Pereira e Silva (2010) quando ele afirmou que software social "é um software que as pessoas usam para interagir com outras pessoas, empregando uma combinação de cinco dispositivos: Identidade, Presença, Relacionamentos, Conversações e Grupos". Para ele a idéia que está por trás do software social é que “usando a tecnologia nós podemos revigorar interesse e participação em um processo democrático”.

Com base nessa idéia, Webb (2004) estendeu a lista de Butterfield adicionando dois outros elementos que ele julgou importantes e presentes no software social: Reputação e Compartilhamento. Segundo o autor esses elementos são fundamentais no universo dos softwares sociais, tendo em vista que através da Reputação é possível aos usuários conhecerem novas pessoas e mediante o Compartilhamento construir sentimento genuíno de grupo.

Assim, dando continuidade a estudos anteriores e baseando-se em um modelo criado por Morville (2004) cuja finalidade foi mostrar as facetas de experiências de usuários da informação, através de blocos de construção, Smith (2007) desenvolveu um framework, denominado "honeycomb do software social" (figura 1) para ilustrar a lista dos sete elementos que provêm, segundo ele, “uma definição funcional para os softwares sociais e, conseqüentemente, para determinar os elementos que devem ser considerados em sua criação”. (SMITH, 2007)

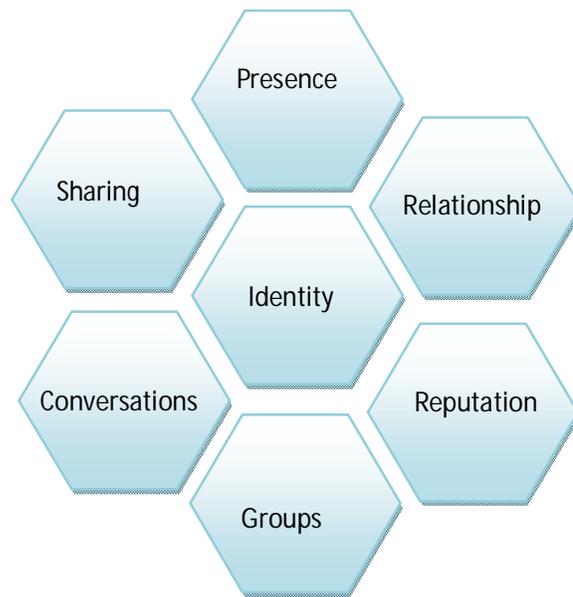


Figura 1- Framework honeycomb e os sete blocos de construção de um software social  
Fonte: Smith, 2007

Segundo Smith (2007) os elementos do *honeycomb* podem ser descritos da seguinte forma:

**Identidade:** é o elemento de identificação pessoal única que permite ao usuário ter sua própria identidade no sistema, como por exemplo, o perfil dos usuários requeridos em alguns sites de redes sociais.

**Presença:** refere-se a recursos para saber se o usuário está disponível ou ativo no sistema. Por exemplo: se o usuário está on-line naquele momento

**Relacionamentos:** é uma forma de representar como ocorrem as interações entre os usuários do sistema, por exemplo, no facebook esse elemento é caracterizado por amigos já no twitter o relacionamento é estabelecido por seguidores.

**Conversações:** é composto por recursos que possibilitam a comunicação dos usuários através do sistema, como por exemplos as ferramentas de chat, e-mail, fóruns, etc.

**Grupos:** refere-se a recursos que possibilitam a formação de comunidades on-line de acordo com opiniões, idéias e interesses em comum. Por exemplo: comunidade de pessoas que estudam e desenvolvem softwares livres.

**Reputação:** é um conjunto de recursos e informações para se conhecer a importância de um usuário dentro do sistema, ou seja, é a métrica do status do usuário que pode ser exemplificada como a influência que um determinado usuário tem sobre o grupo ao qual ele pertence.

**Compartilhamento:** são as funcionalidades próprias do sistema que possibilitam aos usuários compartilhar objetos, interesses, idéias e informações entre eles. Por exemplo: links para um vídeo e fotos pessoais.

Neste sentido, analisando os blocos ou "favos" do honeycomb dentro da estrutura de um site de redes sociais, podemos notar que a Identidade, Presença e Reputação se manifestam a partir dos vértices ou usuários, pois são eles que definem seus perfis, estabelecem quando estarão ativos no sistema e gerenciam as informações que definem seu "status social on-line".

Já os "favos" Relacionamentos, Conversações, Grupos e Compartilhamento só existem em função das conexões ou arestas presentes em uma estrutura de redes sociais, tendo em vista que a partir do tipo de relacionamento estabelecido e aceito nas redes sociais é possível desenvolver conversas, criar grupos e compartilhar conteúdos por meio das interações criadas entre os usuários com interesses em comum.

Essa análise apresenta os dois conjuntos de elementos do framework *honeycomb* no universo da representação gráfica das redes sociais, entretanto há necessidade de se manter a integração entre os dois conjuntos, tendo em vista que a própria funcionalidade das redes sociais on-line requer vértices e arestas (ou usuários e ligações) integrados para a devida análise desses ambientes sociais que podem estar entrelaçados por valores apropriados a partir das interações em rede. Tais valores podem gerar resultados diretamente relacionados ao capital social dos integrantes de um grupo. Segundo Bordieu (1986) capital social pode ser entendido como “o produto gerado do pertencer a um grupo (rede) de atores e aqueles valores que dali decorrem”.

Nessa perspectiva Recuero (2009) sistematiza dois tipos de valores para se apropriar deste capital que são comumente referenciados no universo das redes sociais:

Valores Relacionais que são aqueles relacionados com a construção da rede em si. Estão focados em criar, aprofundar e manter os laços sociais. E Valores Informacionais que são aqueles relacionados com aquilo que circula na rede, mas que não estão diretamente relacionados com sua manutenção. Essas formas de capital social são importantes porque fazem circular os valores na estrutura social e só pode acontecer quando a primeira forma de valor está presente.

Assim, é importante que os usuários das redes desenvolvam a literacia digital que segundo Gilster citado por Capobianco (2010) refere-se à “habilidade de entender e utilizar a informação de múltiplos formatos e proveniente de diversas fontes quando apresentado por meio de computadores.”

Eshet citado por Silva (2012) criou uma estrutura denominada “Modelo de Literacia Digital” desdobrando-a em cinco grupos que cobrem as principais habilidades cognitivas dos usuários no ambiente digital, são elas: foto-visual, de reprodução, de pensamento associativo, de informação e sócio-emocional, sendo que essas duas últimas foram adotadas para a análise das redes sociais no contexto deste artigo.

Para aquele autor, a literacia de informação significa ter capacidade para avaliar a qualidade e validade das informações acessadas nos ambientes digitais, e manifesta-se pelo julgamento dos usuários sobre as informações recebidas e como elas influem em suas decisões, opiniões ou visão de mundo. Já a literacia sócio-emocional implica em compreender e aplicar as normas de convivialidade que prevalecem nas comunicações no ciberespaço, incluindo tanto a capacidade de compartilhar conhecimento formal quanto emoções.

#### 4- Análise e discussão dos resultados

Pela coleta de dados/evidências realizada junto aos jovens pode-se constatar que embora eles tenham sido escolhidos aleatoriamente, todos são usuários de algum tipo de rede social. Ao serem perguntados sobre o que eles preferem fazer nas redes sociais on-line, observa-se pela figura 2 que a maior parte dos jovens respondeu compartilhar informações, seguido por interagir com os amigos e localizá-los. Alternativas como o contato com novas mídias, possibilidade de acessar músicas, jogar, etc., tiveram menor incidência de respostas.



Figura 2- Preferências nas redes sociais  
Fonte: Dados da pesquisa

Em vista desse resultado partiu-se para análise das interações dos jovens em suas redes de relacionamentos pautando-se nas seguintes métricas descritas por Lemieux e Ouimet (2004):

**Centralidade de grau:** medida que mostra a atividade relacional de um ator, baseando-se no número de conexões diretas que ele possui com os demais atores da rede.

**Centralidade de proximidade:** refere-se à distância geodésica, ou seja, o comprimento do caminho mais curto entre dois atores.

**Centralidade de intermediariedade:** medida que procura especificar a importância da posição intermediária ocupada pelos atores de uma rede.

Assim, após o mapeamento da rede do primeiro ator -S1- através da matriz binária que corresponde à rede de interações entre seus “amigos” foi possível gerar o grafo da figura 3.

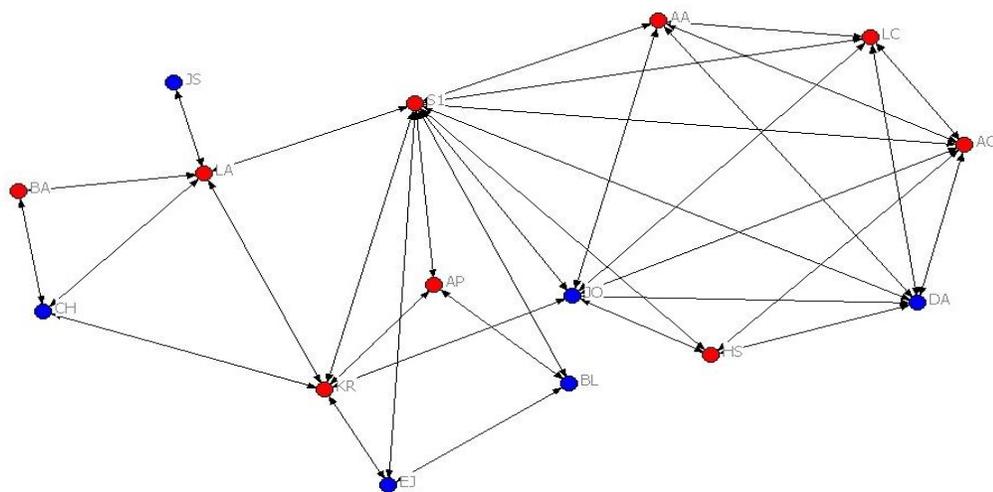


Figura 3 – Mapeamento da rede S1  
 Fonte: Dados da pesquisa

Antes, porém, é importante destacar alguns atributos e características da rede em estudo. Quanto ao gênero, verifica-se pela figura 3 a presença de 6 atores do sexo masculino (vértices em azul) e 9 do sexo feminino (vértices em vermelho). Esse cenário favorece as conexões diretas de S1 com atores do sexo feminino que ocorrem em 78% das situações, já a incidência das conexões diretas com atores do sexo masculino é menor – 66%.

O mapeamento da rede do segundo ator -S2- através da matriz binária possibilitou a geração do grafo da figura 4.

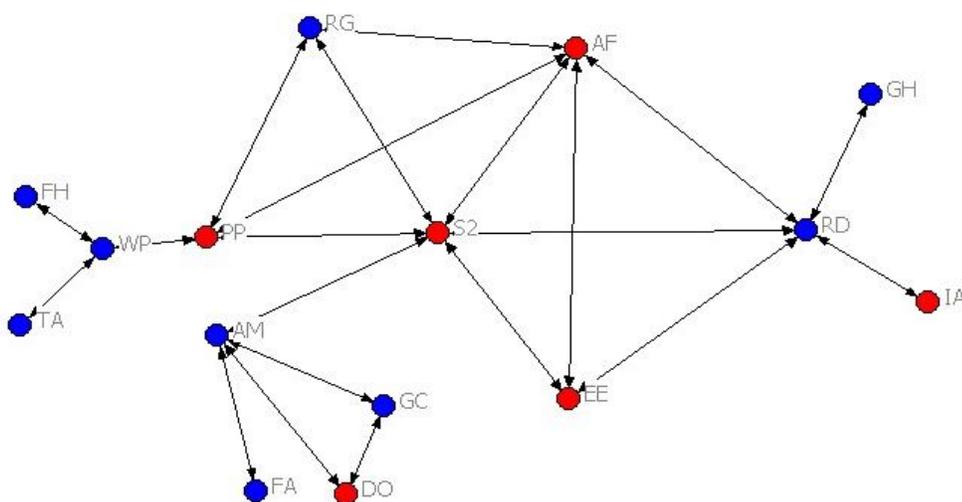


Figura 4 – Mapeamento da rede S2  
 Fonte: Dados da pesquisa

Pela coloração dos vértices percebe-se que há presença de 9 atores do sexo masculino (vértices em azul) e 6 do sexo feminino (vértices em vermelho). Entretanto, apesar do número de atores do sexo masculino na rede ser maior, o ator S2 possui 50% de ligações diretas com atores do sexo feminino e 34% de ligações diretas com atores do sexo masculino.

Ao mapear a rede da última semente -S3- através da matriz binária foi possível obter o grafo abaixo conforme mostra figura 5.

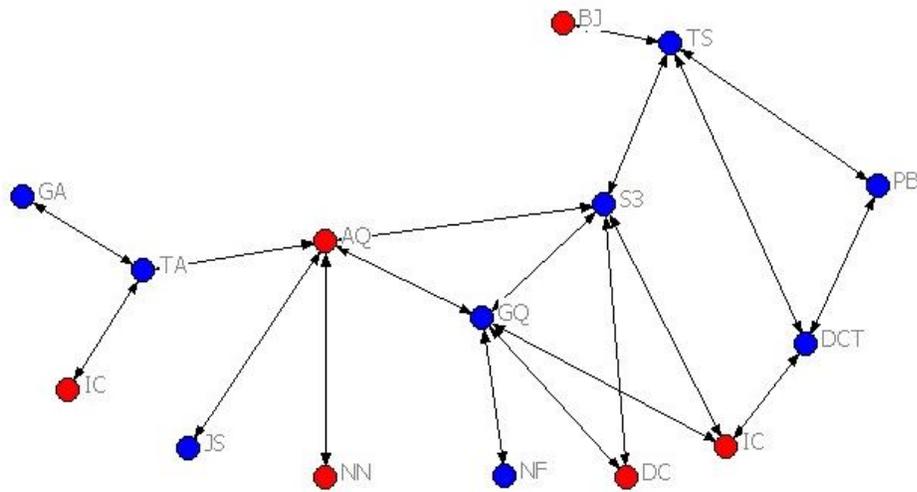


Figura 5 – Mapeamento da rede S3  
 Fonte: Dados da pesquisa

A coloração dos vértices mostra que embora a rede em análise seja composta por 9 atores do sexo masculino (azul) e 6 do sexo feminino (vermelho), o percentual de conexões diretas de S3 com mulheres é maior - 50% - e com homens é 23%.

Por esses grafos é possível observar que a rede cujo nível de interação é mais elevada é a de S1 onde sua centralidade de grau corresponde a 11 conexões diretas com os demais atores, já as conexões diretas de S2 e S3 se apresentam em 6 e 5, respectivamente.

Nesse sentido pode-se inferir que, de acordo com o framework honeycomb, o favo *Relacionamento* da rede de S1 está em maior evidência caracterizando nessa rede maior possibilidade de transmissão e compartilhamento de informações e, por conseguinte maior probabilidade da presença de valores que influenciam no desenvolvimento das literaciais da informação e sócio-emocional.

Quanto à centralidade de proximidade o ator que apresenta o menor índice desta métrica entre os três pesquisados é o S3 conforme mostra a figura 6.

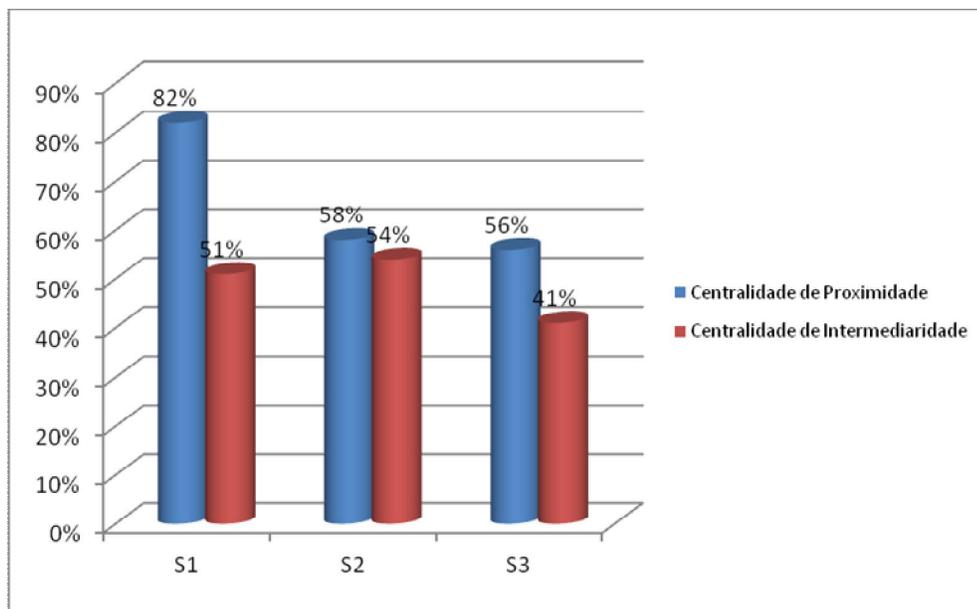


Figura 6 – Medidas das centralidades de proximidade e intermediaridade  
 Fonte: Dados da pesquisa

Por essa medida é possível identificar o nível de afastamento entre os atores de uma rede e afirmar, segundo Lemieux e Ouimet (2004) “que quanto mais um ator se encontra afastado dos outros atores, mais autônomo será no que se refere às suas escolhas de ações”.

Assim, o usuário S3 é o que possui maior capacidade de autonomia ou de independência no âmbito de sua rede de relações, pois sua centralidade de proximidade é de 56% contra 58% e 82% de S2 e S1, respectivamente.

Analisado o framework honeycomb nesse contexto, pode-se constatar que o nível de diálogo proveniente do favo *Conversações* e de imersão em comunidade on-line determinadas pelo elemento *Grupos* estão diretamente relacionados com a centralidade de proximidade, onde o maior ou menor grau dessa medida irá determinar influências e escolhas entre os atores na rede e conseqüentemente possibilitará o desenvolvimento de habilidades sociais no âmbito da literacia sócio-emocional.

Com relação à centralidade de intermediaridade o ator S2 apresenta maior valor entre os outros pesquisados -54%, ou seja, esse ator tem forte probabilidade de assegurar um papel de coordenação e controle na rede de relacionamentos em que participa. Conforme apontam Lemieux e Ouimet (2004) “quanto mais um ator se encontrar numa posição intermediária, ou seja, quanto mais se encontrar numa situação em que os atores tem de passar por ele para chegar aos outros atores, mais capacidade de controle terá sobre a circulação da informação entre esses atores.”

Por esse prisma, é possível identificar a importância de um ator dentro de uma rede de relacionamentos e inferir que o favo *Reputação* é essencial para garantir tal notoriedade, entretanto, esse elemento deve ser construído cautelosamente a partir do desenvolvimento da literacia informacional, uma vez que o uso das informações provenientes dos sites de redes sociais pode definir o status social do ator na rede em que está inserido.

Ao aprofundar no estudo dos dados através da interação no facebook com os jovens pesquisados nesse trabalho pode-se verificar a apropriação de valores Relacionais e Informacionais, presentes em suas interações, proporcionando assim, desenvolvimento da cibercultura, na medida em que tais valores se tornam a base para o exercício das literacias sócio-emocional (saber conviver e comportar-se na rede) e informacional (saber distinguir a

qualidade das informações apropriadas e das suas fontes) dos atores envolvidos. Isto se pode constatar pelos depoimentos de alguns usuários, citados a seguir e mantidos tal como emitidos por eles, em uma linguagem despreendida da regra culta, retratando um pouco da liberdade de grafia com abreviações comuns facilmente entendidas pelos jovens usuários do ambiente digital:

*“Dentro do face, vejo muitas coisas, aprendo com as fotos compartilhadas, com ela vejo verdades sobre o mundo, algumas engraçadas, outras me deixam com raiva por discordar delas, umas acho inúteis mas todas me mostram algo, no face reforço laços de amizades, vejo fotos dos meus amigos, acho q o q mais **aprendi mesmo foi a ver diferenças de pensamentos e atitudes** ver o q cada um posta e simplesmente se ã concordar ter q **respeitar** e se gosto curto compartilho, comento...”*

*“Eu aprendi muitas coisas sobre as proprias pessoas. Elas postam umas coisas no Facebook que já dá pra perceber em meio se ela é Romatinca ou Desleixada .. Da pra conhecer um pouco da vida .. As fotos postadas o ambiente em que elas mais frequênta entre outras .. Mais **você aprende a respeitar uma opinião** deferente que ela tenha!”*

*“Bom no facebook **aprendi a ser mais amigável** com os outro, pois as vezes uma pessoa que pessoalmente vc não conversa, no facebook voce começa a conversar e ve que é uma ótima pessoa e as vezes se tornam grandes amigos. O facebook é uma ótima ferramenta para aproximar as pessoas.”*

*“Pois então, pra confessar não aprendi muita coisa importante não, só que gosto muito de conviver virtualmente, muito legal, faço muitas amizades virtualmente, pra mim isso é muito bom, mas acima de tudo **aprendi a respeitar** alguns aspectos, porque no face tem muitos postes envolvendo questões religiosas, homofóbicas, raciais, e questões humanas, então com isso faz a gente crescer e ver as coisas por outro lado, por um lado melhor.”*

*“Com o Facebook aprendi a mostrar para as outras pessoas um pouco das coisas que eu gosto e **expor de uma maneira moderada** a pessoa que eu sou e um pouco dos meus pensamentos e ideias.”*

*“Com o face eu aprendi que pra estar junto, não precisa estar perto. É que a **distância não interfere** nada em uma amizade.”*

*“Com o facebook eu aprendi que **é mais fácil de demonstrar seus sentimentos** por uma pessoa, e também mostrar aos seus amigos quem você é, sua opinião sobre algum assunto, você pode se expor e compartilhar ideias, e torna mais fácil as relações de amizade ;)”*

## **5- Considerações finais**

Os dados auferidos através desta pesquisa levaram à compreensão de que a evolução constante no uso de sites de redes sociais on-line tem proporcionado uma amplitude de acesso a informações e o desenvolvimento de laços sociais que influenciam ou são influenciados diretamente na ou pela composição cultural de um grupo ou comunidade.

No Núcleo Empreendedorismo Juvenil do Plug Minas, pode-se verificar que o perfil dos jovens usuários de redes sociais on-line é caracterizado por pessoas que vêm nesses ambientes uma nova forma ativa e eficaz de comunicação e relacionamento, cuja maneira de conexão fácil e barata, garante o pertencimento e a manutenção dos laços virtuais criados - situação essa que de outra forma poderia se tornar inviável dada à atual condição econômico-financeira do grupo pesquisado.

Pelos depoimentos coletados pode-se inferir que através do desenvolvimento da cibercultura, mediante a participação nas redes sociais, os jovens começam a agregar valores importantes no âmbito da cultura e da sociabilidade. Esses valores gerados no ambiente digital podem ser transferidos para a vida fora do mundo on-line, fazendo com que a cultura digital influencie diretamente na formação do capital social das pessoas.

Cabe salientar que expressar opiniões, respeitar diferenças e trocar informações em redes sociais se apresenta aos jovens pesquisados como exercício de liberdade que, segundo Takeuti (2004), se manifesta como exercício da cidadania, pressupondo recursos educativos, materiais, políticos e informacionais.

Pela pesquisa realizada ficou evidenciado que os valores apropriados pelos jovens, através das interações em redes sociais on-line, estão promovendo o desenvolvimento das literaciais da informação e sócio-emocionais onde, de forma gradual e natural, os jovens munidos de conhecimento tecnológico, se conectam, pertencem, participam e interagem na busca pela presença e atividade no ciberespaço em uma das fases mais importantes e singulares para a formação cidadã - a juventude.

## **Agradecimentos**

As autoras agradecem à FAPEMIG- Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais- pelos recursos disponibilizados para realização desta pesquisa.

## Referências

- BARANAUSKAS, Maria Cecília; C. PEREIRA, Roberto; SILVA, Sérgio R. P. **A discussion on social software: concept, building, blocks and challenges.** International Journal for Infonomics (IJ) Volume. 3, issue 4, December 2010.
- BORDIEU, Peter. 1986. **The Forms of Capital.** Disponível em <<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>> Acesso em: 08 de março 2012.
- BURD, Leo. **Organizing kids for change: a brief introduction to the young activists network.** 2003. Disponível em <<http://ilk.media.mit.edu/projects/yan/YANpaper.pdf>> Acesso em: 20 jul 2011.
- CAPOBIANCO, Lígia. **Comunicação e literacia digital na internet: estudo etnográfico e análise exploratória do programa de inclusão digital- Ponline.** 2010. 174f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)- Universidade de São Paulo.
- CGI. Comitê Gestor de Internet no Brasil. **Uso da Internet no Brasil.** Disponível em <[www.cgi.br](http://www.cgi.br)> Acesso em: 20 jul 2011.
- HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. **Introduction to Social Network Methods.** Riverside, CA: University of California, 2005. Disponível em <<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/index.html>> Acesso em: 20 jul 2011.
- LEMIEUX, Vincent; OUMET, Mathieu. **Análise estrutural das redes sociais.** Tradução Sérgio Pereira. Instituto Piaget: Lisboa, 2008.
- MINGERS, J. **Combining IS research methods: towards a pluralist methodology.** *Information Systems Research.* v.12, n. 3, Sept 2001.
- MORVILLE, P. **User experience design.** 2004. Disponível em <<http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php>> Acesso em: 03 de fev 2012.
- PEREIRA, Adriano C. Machado; et al. **Tópicos em sistemas colaborativos, interativos, multimídia, web e banco de dados.** Belo Horizonte: SBC, 2010.
- RECUERO, Raquel da Cunha. **Capital social e redes sociais na internet.** Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/capital\\_social\\_e\\_redes\\_sociais\\_na\\_internet.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/capital_social_e_redes_sociais_na_internet.html)> Acesso em: 08 de março de 2012.
- SILVA, Roberto Cesar de C. **Literacia Digital: um framework para avaliação de programas voltados para redução da desigualdade digital por meio do ensino das TIC.** 2012. Dissertação – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

- SMITH, G. **Social Software Building Blocks**. 2007. Disponível em  
<<http://nform.com/publications/social-software-building-blocks>: Acesso em: 03 de fevereiro de 2012.
- TAKEUTI, Norma Missae. **As redes sociais no campo do protagonismo juvenil**. Encontro de Ciências Sociais do Norte e Nordeste realizada em São Cristovão (SE) em agosto de 2003.
- WEBB, M. **On social software consultancy**. 2004. Disponível em  
<[http://interconnected.org/home/2004/04/28/on\\_social\\_software](http://interconnected.org/home/2004/04/28/on_social_software)> Acesso em: 08 de fev. 2012.