

Implicações sócio-espaciais das interacções *on-line*

Maria João Antunes, Eduardo Anselmo Castro, Óscar Mealha

Universidade de Aveiro, Portugal

Resumo

Partindo da análise das respostas recolhidas através de um questionário *on-line*, realizado a 3129 utilizadores da Internet em Portugal, aborda-se o contributo dos novos serviços de comunicação para o alargamento das redes de interacção dos sujeitos, avalia-se como o enraizamento dos indivíduos ou instituições nos espaços físicos influi nas interacções que se estabelecem *on-line* e averiguam-se as mais-valias que têm sido retiradas desses novos relacionamentos.

1. Introdução

O rápido desenvolvimento e adopção das tecnologias, suportadas em redes e serviços telemáticos, vem suscitar diversas questões relacionadas com a forma como coexistem espaços físicos e espaços virtuais de interacção. Muitos dos estudos sobre a Internet, quer ao nível dos seus impactos na sociabilidade entre indivíduos, quer ao nível das suas implicações nos espaços físicos, obedeceram inicialmente a uma lógica dualista: de um lado os pessimistas, que consideraram que as potencialidades das comunicações mediadas pela tecnologia conduziram a um isolamento social e ao alheamento dos sujeitos face aos outros e, graças à possibilidade de acesso e transferência de dados em praticamente qualquer local do mundo desenvolvido, a uma dissolução da cidade; e os optimistas que encaravam os novos serviços de interacção como capazes de resolver muitos dos problemas das actuais sociedades, antevendo um cenário de ágora virtual, com os indivíduos a assumirem, numa base igualitária, uma elevada participação electrónica e, a nível dos impactos nos lugares, um contributo valioso na resolução de problemas como o crescimento das cidades, o congestionamento e a poluição.

Passada uma década sobre o início da massificação do uso da Internet, e mercê dos estudos desenvolvidos, tem-se vindo a verificar que os serviços de comunicação suportados por esta Rede global, longe de se constituírem como uma força exterior, capaz de alterar a forma como os indivíduos comunicam entre si e se relacionam com o

espaço circundante, constroem-se no seio da sociedade, integrando-se naturalmente nos hábitos de interacção dos indivíduos, apresentando-se como uma alternativa mais no contacto com sujeitos e instituições.

No início dos anos 70, Granovetter expôs uma teoria que parte da diferenciação entre relações fortes e relações fracas. De acordo com o autor, as relações fortes caracterizam-se por contactos frequentes e ligações de grande reciprocidade, ocorrendo tipicamente entre amigos e familiares chegados, ou seja, entre indivíduos com estatuto semelhante, partilhando entre si um mesmo conjunto de informações. Estas relações afiguram-se de inequívoca importância na aquisição de recursos básicos à manutenção do bem-estar dos indivíduos. As relações fracas, por seu lado, possibilitam a ligação a indivíduos pertencentes a outros grupos, permitindo o acesso a recursos inexistentes no círculo social no qual o sujeito se integra. Naturalmente estas ligações resultam de relacionamentos menos íntimos e mais esporádicos (Granovetter, 1973; Haythornthwaite, 1999). No domínio das comunicações mediadas pela tecnologia, a possibilidade de manter relações já consolidadas no espaço físico, e de estabelecer novos relacionamentos, afigura-se como uma interessante possibilidade de facilitar as relações fortes e potenciar as relações fracas.

Com o objectivo de estudar o contributo dos novos serviços de comunicação, assentes em Internet, para a manutenção das relações fortes, e para avaliar o seu potencial para o estabelecimento de novas relações com indivíduos e instituições, foi construído um inquérito auto-administrado por computador, disponibilizado num *web site* aberto e dirigido à comunidade portuguesa de utilizadores da Internet¹. A aplicação do questionário ocorreu entre Novembro de 2002 e Janeiro de 2003. Os resultados apresentados respeitam, apenas, ao estudo das interacções com novos sujeitos, porquanto podem estas alargar o círculo de relações dos indivíduos, permitindo pôr em contacto pessoas de diferentes grupos, potencialmente portadores de informações e

¹ Sobre a metodologia de construção do questionário ver: Maria João Antunes, Eduardo Anselmo Castro, Óscar Emanuel Mealha, *A Methodology for the Administration of a Web-Based Questionnaire*, Human-Centred Computing: Cognitive, Social and Ergonomics Aspects, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003, p 639-643.

conhecimentos diferentes. A presente análise, para além de identificar as razões que levam os respondentes a estabelecer este tipo de contactos, pretende averiguar qual a pertinência da localização física dos interlocutores, ou da sua inserção em redes, neste tipo de interacção, bem como averiguar quais as mais-valias (potencialmente) retiradas dos novos relacionamentos.

2. Apresentação e discussão dos resultados

2.1. Motivações na origem do estabelecimento de novas relações através da Internet

Entre os 3129 respondentes aos inquérito, 74% indica ter já recorrido a algum dos serviços de comunicação, assentes em Internet, para estabelecer novos contactos.

A tabela 1 revela os principais motivos que estiveram na origem dos relacionamentos iniciados através da Internet. Estes motivos apresentam-se agrupados em motivos pessoais e motivos profissionais.

Tabela 1: Motivos pessoais e profissionais que originaram os contactos, através dos serviços Internet, com pessoas com quem nunca tinha existido qualquer relacionamento social no espaço físico

	%
Motivos Pessoais	
Estabelecimento de novas amizades	48,5
Curiosidade	43,4
Necessidade de efectuar um negócio	30,5
Debate e/ou aprofundamento de conhecimentos em áreas com um elevado número de interessados	28,3
Debate de assuntos relativos a convicções	25,6
Debate e/ou aprofundamento de conhecimentos em áreas com interesse apenas para um grupo restrito	21,7
Necessidade de desabafar, encontrar apoio	19,6
Coleccionismo	6,5
Motivos Profissionais	
Esclarecer dúvida sobre algum aspecto da actividade profissional	50,4
Obtenção de informações, sobre a actividade levada a cabo pelo interlocutor	44
Troca de impressões com indivíduo que trabalham na mesma área que o respondente	33,8
Aquisição de produto(s) necessário(s) para o desempenho da actividade	28

Necessidade de recorrer à prestação de algum serviço relacionado com a actividade do respondente	20
--	----

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico (as percentagens apresentadas referem-se a motivos pessoais e profissionais considerados separadamente).

Categorias não exclusivas, o total da coluna não tem que somar 100%.

Uma análise ao perfil dos indivíduos, que referem um ou outro tipo de motivos, evidencia diferenças: os motivos pessoais apresentados são particularmente referidos por respondentes do sexo feminino, sendo que esta diferença é significativamente menos acentuada nos motivos profissionais, com excepção da categoria “obtenção de informações sobre a actividade levada a cabo pelo interlocutor”, onde as mulheres surgem também em clara maioria. Os motivos pessoais são sobretudo enunciados por respondentes com idades inferiores a 26 anos. No que respeita aos motivos profissionais as faixas etárias mais elevadas estão bastante mais representadas.

Fortemente associado às idades dos respondentes, que indicaram motivos pessoais ou profissionais, estão também as suas qualificações académicas. Entre os respondentes que assinalaram motivos pessoais vamos encontrar a predominância da frequência, ou posse, do ensino secundário e de bacharelato/licenciatura e entre os respondentes que assinalaram motivos profissionais a posse ou frequência de uma formação graduada ou pós-graduada. Note-se que a formação pós-graduada surge particularmente representada nas categorias “obtenção de informações sobre a actividade do interlocutor” e “troca de impressões com indivíduos que trabalham na mesma área que o respondente”, ou seja, possivelmente associada a contactos desencadeados devido a actividades de investigação.

2.2. Relevância do meio de inserção dos interlocutores

A tabela 2 pretende traçar a relação entre o motivo por que foi estabelecido o contacto, através dos serviços de comunicação assentes em Internet, e a relevância de contactar um interlocutor inserido num determinado meio. A tabela apresenta apenas os cinco

motivos pessoais e profissionais mais referidos e tem como base o contacto, desencadeado a partir da Internet, considerado pelos respondentes como mais significativo, tendo sido esse contacto iniciado por eles próprios.

Tabela 2: Relação entre o motivo por que é estabelecida a interacção e a inserção do interlocutor num meio específico (%)

Para o motivo que originou a interacção o respondente pretendia comunicar...	Motivos Pessoais					Motivos Profissionais				
	Novas amizades	Curiosidade	Desabafar	Debate assuntos com poucos	Debate assuntos com muitos	Esclarecer dúvida	Informações sobre actividade	Troca impressões com indivíduos	Aquisição de produtos	Prestação de serviços
com qualquer pessoa disposta a interagir	54,7	62,3	54,1	---	31,7	14,7	7,9	5,7	23,8	---
com qualquer pessoa inserida num determinado meio	21,5	14,6	---	65,1	41,5	29	27,7	34,7	32,7	38,8
com uma pessoa em específico, por essa pessoa estar inserida num determinado meio	---	---	---	---	---	46,1	54,5	51,1	38,6	41,8
pela pessoa em si, independentemente do meio em que se encontrava	21,5	17,7	29,5	---	---	10,2	9,9	8,5	---	---

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico e que, referindo-se ao relacionamento mais estreito assim estabelecido, indicaram ter sido eles a iniciar a interacção (as percentagens apresentadas referem-se a cada motivo considerado separadamente).

---: valor não apresentado devido ao pequeno número de casos (N<10).

Pela análise da tabela 2 parece existir relação entre o motivo porque é desencadeada a interacção e a inserção do interlocutor num determinado meio. Para comunicações que têm na sua origem o “estabelecimento de novas amizades”, a mera “curiosidade” ou o “desabafar” o que parece interessar, na generalidade dos casos, é encontrar alguém disposto a interagir. Nas comunicações originadas por motivos profissionais, a maior parte dos indivíduos invoca ter pretendido comunicar com um indivíduo em particular, por este se encontrar inserido num determinado meio. Parece constatar-se que em áreas

de grande especificidade a inserção em redes, geradoras de confiança e capazes de satisfazer necessidades específicas do sujeito, será sem dúvida uma mais-valia.

A relevância do local/meio de inserção do interlocutor pode ser também observada através da análise dos lugares onde os diversos destinatários da interação se situam (tabela 3). Note-se que a tabela 3 não distingue a especificidade dos vários motivos pessoais e profissionais.

Tabela 3: Distribuição geográfica dos destinatários da interação segundo o motivo que originou o contacto através dos serviços de comunicação assentes em Internet (%)

Região de Portugal/País Estrangeiro	Motivos Pessoais	Motivos Profissionais
Noroeste (Minho-Lima, Cávado, Ave, Tâmega, Entre Douro e Vouga)	5,3	2,8
Interior Norte (Alto Trás-os-Montes, Douro)	---	
Interior Centro (Dão-Lafões, Beira Interior Norte e Sul, Serra da Estrela, Pinhal Interior Norte e Sul, Cova da Beira)	3,9	1,3
Baixo Vouga, Baixo Mondego	9,4	9,8
Pinhal Litoral, Oeste, Médio Tejo e Lezíria do Tejo	4,5	2,5
Região de Lisboa, Grande Porto e Península de Setúbal	45	40,9
Alentejo	2,2	1,6
Algarve	1,9	---
Ilhas	2,3	---
Países da EU (a 15 membros) + Suíça e Noruega	5,5	19,2
Países do alargamento (Maio de 2004)	---	---
EUA + Canadá	2	8
Brasil	6,2	2,1
Outros países de expressão portuguesa	---	
Outros países	2	1,2
Desconhece a localização do interlocutor	8,8	8,8

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico e que, referindo-se ao relacionamento mais estreito assim estabelecido, indicaram ter sido eles a iniciar a interação (as percentagens apresentadas referem-se a motivos pessoais e motivos profissionais apresentados separadamente).

---: valor não apresentado devido ao pequeno número de casos (N<10).

Observando a tabela 3 constata-se que é na Região de Lisboa e Grande Porto que se concentra a maior parte dos destinatários das interações (note-se igualmente que nestas áreas concentra-se uma percentagem significativa da população portuguesa).

A finalidade por que é estabelecida a interação vem demonstrar que para comunicações desencadeadas por motivos pessoais é muito mais heterogénea a localização dos sujeitos, tanto a nível do território nacional (eventualmente espelhando a densidade de população residente em cada região) como a nível internacional. Neste domínio, as interações com indivíduos localizados no Brasil destaca-se, porventura pela partilha do português. Tratando-se de motivos desencadeados por razões profissionais, onde a localização do interlocutor assumirá bastante mais relevância, vamos encontrar, no território nacional, interlocutores inseridos sobretudo nas regiões de Lisboa e do Porto. No caso de países terceiros, há uma elevada representatividade da Europa e da América do Norte, que agrupadas acolhem 27,2% dos destinatários das interações.

Uma vez identificadas as razões que desencadearam o estabelecimento de novas relações *on-line*, bem como a selectividade dos locais de inserção dos interlocutores, pretendeu-se averiguar qual a relevância atribuída à transposição dos relacionamentos para o espaço físico. Com base na distinção entre os relacionamentos que permaneceram apenas *on-line* e aqueles que originaram conhecimento no espaço físico, compararam-se as mais valias retiradas numa e noutra situação.

2.3. Transposição das relações para o espaço físico e mais-valias retiradas

A tabela 4 exhibe a percentagem de relações que, por cada motivo, desencadearam contactos presenciais.

Tabela 4: Percentagem de respondentes que, por cada motivo, indica ter transposto a relação para o espaço físico

Relacionamento transposto para o espaço físico?	Motivos pessoais					Motivos profissionais				
	Novas amizades	Curiosidade	Desabafar	Debate assuntos poucos interessados	Debate assuntos muitos interessados	Esclarecer dúvida	Informações sobre actividade do	Troca impressões com indivíduos da	Aquisição de produtos	Prestação de serviços
Sim	67,2	43,9	61,5	54,7	42,2	46,6	47,9	59,7	44,5	61,4

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico e que, referindo-se ao relacionamento mais estreito assim estabelecido, indicaram ter transposto o relacionamento para o espaço físico (as percentagens apresentadas referem-se a cada motivo considerado separadamente).

Pela análise da tabela é possível verificar que os motivos pessoais suscitaram mais transposições de relacionamentos para o espaço físico, porventura devido ao tipo de respondentes que os efectuam, como vimos essencialmente indivíduos das faixas etárias mais jovens, e à temática que abordam: tratando-se de contactos desencadeados com o intuito de “estabelecer novas amizades” ou para “desabafar” e encontrar apoio é natural que resulte daqui um tipo de interacção mais íntimo, que resulte numa vontade de conhecer o outro. Do lado dos motivos profissionais a “prestação de serviços” e a “troca de impressões com indivíduos da mesma área” levaram mais de metade dos respondentes, que estabeleceram os relacionamentos mais próximos por estes motivos, a conhecer os seus interlocutores. Se no primeiro caso o conhecimento pode ter na sua origem a inevitabilidade do encontro presencial, para o fornecimento do serviço a prestar, no segundo caso, a partilha de interesses comuns, ao respondente e interlocutor, será o motivo mais plausível.

Uma das questões mais interessantes, quando se analisam as comunicações mediadas pela tecnologia, envolve as mais-valias que os respondentes consideram ter retirado dos relacionamentos estabelecidos através da Internet. Trata-se de uma questão geralmente negligenciada, nos estudos sobre a utilização dos serviços Internet, mas que se considera

de grande importância, visto só assim ser possível avaliar a relevância e utilidade deste tipo de contactos.

Os dados presentes, nas tabelas 5 e 6, revelam as mais-valias retiradas pelos respondentes que transpuseram a relação para o espaço físico e aqueles em que tal não sucedeu. Esta distinção permitirá averiguar qual a diferença e tipo de ganhos que advêm do conhecimento presencial.

Tabela 5: Mais-valias retiradas dos relacionamentos estabelecidos através da Internet por motivos pessoais

Mais-valias retiradas da relação	Novas amizades	Curiosidade	Desabafar	Debate assuntos poucos	Debate assuntos muitos
Respondentes que transpuseram a relação para o espaço físico					
Estabelecimento de uma nova amizade	87,2	80,2	81,4	82,9	74,1
Disponibilidade do interlocutor para o ouvir, apoiar, aconselhar	38,2	30,2	55,9	34,1	33,3
Conhecimento de outros indivíduos, por intermédio dessa pessoa	22,2	19	15,3	24,4	40,7
Conhecimento de novos locais	21,8	19,8	18,6	24,4	29,6
Enriquecimento da sua colecção	0,9	---	---	9,8	7,4
Obtenção de novas informações ou conhecimentos	14,4	14,7	13,6	43,9	63
Aquisição de bens	0,2	2,6	3,4	2,4	14,8
Não retirou qualquer mais-valia	5,2	12,1	6,8	---	---
Respondentes que não transpuseram a relação para o espaço físico					

Estabelecimento de uma nova amizade	82,9	42,6	83,8	64,7	56,8
Disponibilidade do interlocutor para o ouvir, apoiar, aconselhar	50,2	24,3	81,1	23,5	27
Conhecimento de outros indivíduos, por intermédio dessa pessoa	12	3,4	2,7	23,5	16,2
Enriquecimento da sua colecção	2,8	2	2,7	11,8	2,7
Obtenção de novas informações ou conhecimentos	32,3	25,7	27	70,6	73
Aquisição de bens	0,5	2,7	---	---	5,4
Não retirou qualquer mais-valia	6,9	35,1	2,7	2,9	8,1

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico e que, referindo-se ao relacionamento mais estreito assim estabelecido, indicaram ter transposto o relacionamento para o espaço físico.

As percentagens obtidas em cada coluna dizem respeito ao número de respondentes, que por cada motivo indicado assinalaram cada uma das opções apresentadas.

Categorias não exclusivas, o total da coluna não tem que somar 100%.

Pelos dados recolhidos os relacionamentos iniciados por motivos pessoais parecem de facto resultar, em muitos casos, no estabelecimento de relações de amizade, particularmente entre os interlocutores que transpõem o relacionamento para o espaço físico.

Tabela 6: Mais-valias retiradas dos relacionamentos estabelecidos através da Internet por motivos profissionais

Mais-valias retiradas da relação	Esclarecer dúvida	actividade do interlocutor	Troca impressões com indivíduos da área	Aquisição de produtos	Prestação de serviços
Respondentes que transpuseram a relação para o espaço físico					
Estabelecimento de uma nova amizade	24,6	20,7	35,3	18,9	15,7
Nova parceria de trabalho	54,3	56,9	55,4	45,3	60,8
Conhecimento de outros indivíduos por intermédio dessa pessoa	24,6	29,3	28,8	20,8	27,5
Conhecimento de novos locais	13	12,9	15,1	9,4	11,8
Obtenção de novas informações ou conhecimentos	65,2	64,7	66,2	54,7	49
Aquisição de bens/usufruto de serviços	8	8,6	7,9	41,5	33,3

Não retirou qualquer mais-valia	3,6	1,7	2,2	1,9	---
Respondentes que não transpuseram a relação para o espaço físico					
Estabelecimento de uma nova amizade	6,3	5,6	11,7	1,5	9,4
Nova parceria de trabalho	28,5	27,8	34	18,2	40,6
Conhecimento de outros indivíduos, por intermédio dessa pessoa	8,2	10,3	19,1	3	12,5
Obtenção de novas informações ou conhecimentos	67,7	76,2	81,9	51,5	65,6
Aquisição de bens/usufruto de serviços	7,6	7,1	3,2	59,1	40,6
Não retirou qualquer mais-valia	8,9	6,3	4,3	6,1	6,3

Base: Respondentes que indicaram já ter usado a Internet para estabelecer contactos com indivíduos com quem nunca tinham tido qualquer relacionamento social no espaço físico e que, referindo-se ao relacionamento mais estreito assim estabelecido, indicaram ter transposto o relacionamento para o espaço físico.

As percentagens obtidas em cada coluna dizem respeito ao número de respondentes, que por cada motivo indicado assinalaram cada uma das opções apresentadas.

Categorias não exclusivas, o total da coluna não tem que somar 100%.

Saliente-se que, em todos os motivos profissionais, verifica-se que é significativamente maior a percentagem de indivíduos que não obtiveram qualquer ganho da relação, entre os respondentes que não transpuseram a relação para o espaço físico. Os respondentes que estabelecerem relacionamentos através da Internet, por motivos profissionais, retiram destacadamente como benefício do contacto a “obtenção de novas informações e conhecimentos”. De notar que nos casos em que a relação foi transposta para o espaço físico, com excepção dos indivíduos cuja finalidade do contacto era a “aquisição de produtos”, mais de 50% dos inquiridos afirma que o contacto efectuado resultou na criação de uma nova parceria de trabalho, facto que nos remete para o interessante potencial dos novos serviços de comunicação para o estabelecimento de relações eventualmente profícuas.

Note-se ainda que, tanto entre os respondentes que mencionaram motivos pessoais ou profissionais como estando na origem do relacionamento mais estreito, desencadeado através da Internet, a transposição do relacionamento para o espaço físico parece potenciar o alargamento da rede de contactos de um sujeito a outros indivíduos.

3. Conclusões

A possibilidade de estabelecer novos relacionamentos através da Internet parece favorecer o estabelecimento de novas relações, que podem, em algumas circunstâncias, estar na génese de relacionamentos profícuos. Nesta medida, certos relacionamentos, desencadeados através dos novos serviços de comunicação assentes em Internet, podem constituir-se, na terminologia de Granovetter (1973), como pontes, ou seja originar conhecimentos que se constituem inicialmente como vínculos fracos, mas que potenciam o conhecimento e a passagem para outros meios, onde se aceda a novas informações e novos recursos.

As relações iniciadas na Internet não tornam os lugares irrelevantes, antes, dependendo do motivo que origina a interacção, baseiam-se neles, e nas estruturas e dinâmicas neles criadas e estabelecidas, para orientar a selectividade do estabelecimento de novos contactos. De igual modo, os encontros presenciais no espaço físico são determinantes para a consolidação de vínculos fracos e para criar condições para estes progredirem.

Agradecimentos

A aplicação do questionário, que serviu de base a esta comunicação, contou com a colaboração dos Portais e Instituições seguidamente mencionados: Clix, campus.sapo.pt, Aveiro Cidade Digital, Alentejo Digital, Centro Regional de Segurança Social de Aveiro, Escola Superior de Educação de Leiria; Escola Superior de Enfermagem de Viana do Castelo; Escola Superior de

LIVRO DE ACTAS – 4º SOPCOM

Tecnologia e Gestão de Viana do Castelo; Instituto Politécnico de Coimbra; Instituto Politécnico de Gaya; Instituto Politécnico de Portalegre; Instituto Politécnico de Setúbal; Instituto Politécnico de Viseu; Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra; Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto; Instituto Superior de Economia e Gestão e Universidade de Aveiro.

Bibliografia

Granovetter, Mark, *The Strength of Weak Ties*, *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1973, pp 1360-1380.

Haythornthwaite, Caroline, *A Social Network Theory of Tie Strength and Media Use: A framework for Evaluating Multi-Level Impacts of New Media*, 1999.

URL: http://alexia.lis.uiuc.edu/~haythorn/sna_theory.html (Julho 2002)