

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES**

**O FACEBOOK E SEU PAPEL NA ALTERAÇÃO DE  
RELACIONAMENTOS ENTRE DIFERENTES GERAÇÕES**

**EDUARDO BARBOSA BARROS  
LUCAS MAGON SANTOS  
MAURICIO URBANO FILHO  
PEDRO HENRIQUE SANTOS MARTINS  
RENATO CRISTIAN DOMINGOS JUNIOR**

**ABSTRACT**

This research aims to find the connection between the use of the Facebook and the change in the relationships of people of different generations. We reiterate the importance of social networks on family life and interpersonal, in such a way that appears to be a regulating behavior in a specific relationship. We seek to understand the importance of a connected and dynamic society, so that these features are highlighted by the use of social networks, in particular, the Facebook.

**São Paulo  
Outubro-2011**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES**

**O FACEBOOK E SEU PAPEL NA ALTERAÇÃO DE  
RELACIONAMENTOS ENTRE DIFERENTES GERAÇÕES**

**EDUARDO BARBOSA BARROS  
LUCAS MAGON SANTOS  
MAURICIO URBANO FILHO  
PEDRO HENRIQUE SANTOS MARTINS  
RENATO CRISTIAN DOMINGOS JUNIOR**

**Relatório apresentado à  
Escola de Artes, Ciências e  
Humanidades, da Universidade de  
São Paulo, como parte dos  
requisitos exigidos na disciplina  
Resolução de Problemas II**

**São Paulo  
Outubro-2011**

## ÍNDICE

1 – INTRODUÇÃO .....	4
2 - JUSTIFICATIVAS PARA A ESCOLHA DO TEMA: .....	6
3 - PROBLEMA.....	6
4 - HIPÓTESE.....	6
5 - OBJETIVO .....	7
6 - METODOLOGIA DE PESQUISA.....	7
7 – CRONOGRAMA DE TRABALHO .....	8
8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	9

## 1 – INTRODUÇÃO

A necessidade de comunicação é algo que está presente na realidade do ser humano, pois ela é capaz de consolidar o processo de integração da sociedade. A ampla importância de comunicação fez com que o homem desenvolvesse ferramentas que atendessem suas necessidades. No século XVIII foi criada a imprensa, que facilitou a publicação de informações de maneira intensa para a época. O século seguinte também foi de importantes invenções para o avanço no ramo da comunicação: o telefone, a fotografia, a lâmpada e a máquina de escrever. Por sua vez, o século XX trouxe a revolução da comunicação através das mídias eletrônicas: rádio, televisão, satélites e internet aproximaram os continentes e popularizaram o acesso à informação. O início do século XXI ficou marcado pela grande quantidade de informações disponíveis e a conectividade existente entre pessoas, culturas, valores e interesses.

### **DEFINIÇÃO DE RELACIONAMENTO**

Segundo o Manual de Acompanhamento de Desenvolvimento Profissional, elaborado pela Reitoria da Universidade Estadual Paulista (UNESP), relacionamento interpessoal “é a habilidade de interagir, conviver e contactar adequadamente com as demais pessoas, em todos os níveis da organização, através de relações cordiais, empáticas e profissionais”. Assim, conforme os meios de comunicação se desenvolvem, torna-se mais ágil as relações humanas, facilitando assim, a intensidade da velocidade da divulgação da informação.

### **DEFINIÇÃO DE REDES SOCIAIS**

Segundo Raquel Recuero, pesquisadora, jornalista e professora da ECOS/UCPel, Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas, uma rede social é uma estrutura da sociedade constituída por indivíduos ligados entre si através de aspectos em comum, como idéias, amizades, negócios e locais. Com a expansão da internet pelo mundo, ficou mais fácil para as pessoas compartilharem informações e interesses em comum, passando assim, a se comunicar e interagir sem necessariamente estar juntas, apenas ligadas virtualmente.

De acordo com Christakis (Connected, 2009), existe um delimitador entre os conceitos de redes sociais e de grupos sociais. Enquanto no grupo social, o mais importante é o indivíduo e sua contribuição para o crescimento do grupo (exemplo: fóruns, blogs), na rede social, o mais importante é a relação do indivíduo com outros participantes. Dessa forma, o que impulsiona o seu crescimento é a quantidade de linhas que ligam cada indivíduo, e quão ramificadas essas linhas se encontram na rede social.

Podemos fazer uma analogia das redes sociais, como se fossem uma grande teia ligando as pessoas, sendo os fios representados pelos aspectos em comum entre elas. Assim pelas redes sociais virtuais é possível estabelecer um canal de comunicação unindo os usuários pela troca de pensamentos e valores.

Inegáveis colaboradoras para enorme convergência de informações da atualidade, as redes sociais fazem parte da rotina de um grande número de pessoas pelo mundo inteiro. Segundo dados do IBOPE, no Brasil, mensalmente mais de 20 milhões de pessoas usam algum tipo de rede social na internet, além dos novos usuários que são integrados diariamente. Também é apontado pelo estudo do IBOPE que o fator de sucesso que faz com que as redes sociais cresçam é a “curiosidade” despertada nas pessoas.

## **O QUE É O FACEBOOK?**

O Facebook, que é uma rede social virtual gratuita (exceto alguns aplicativos) lançada em quatro de fevereiro de 2004. Segundo MEZHERICH, este meio de comunicação online foi criado por Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin, Chris Hughes e, principalmente, Mark Zuckerberg, todos ex-estudantes da universidade de Harvard. Inicialmente, a rede era restrita apenas para estudantes da universidade de Harvard, passando um ano depois o acesso às demais universidades americanas e, alguns anos depois, para qualquer pessoa do mundo acima dos 13 anos de idade.

Segundo a ferramenta do Google “Ad Planner Top 1000 Sites”, que registra os sites mais acessados do mundo, o Facebook aparece em primeiro lugar com 590 milhões de visitas. O dado foi divulgado em Fevereiro deste ano e de acordo com Chris Hughes, porta-voz da rede social, as pessoas gastam em média 19 minutos por dia no site.

## **O CRESCIMENTO DO FACEBOOK**

Com menos de um mês de funcionamento mais da metade dos estudantes de Harvard já possuíam uma conta no Facebook, levando com que em abril do mesmo ano, o facebook seja levado às outras universidades da Ivy League, como Yale, MIT, Boston, Stanford e Columbia. O crescimento fez com que seus desenvolvedores se mudassem para Califórnia, para que pudessem se dedicar em tempo integral no desenvolvimento do site. No final do mesmo ano o número de usuários já havia ultrapassado 1 milhão.

Em 2005, o Facebook deixou de ser apenas exclusivo para universidades da Ivy League, como também se expandiu para outros países. Mark Zuckerberg decidiu associar o site de relacionamentos também ao ensino secundário, assim em outubro do mesmo ano, a rede começou a atingir universidades de pequeno porte e instituições de ensino pós – secundário, chegando também a universidades do Reino Unido, Canadá, México, Porto Rico, Austrália e Nova Zelândia.

No ano de 2006, o site continuou a se expandir pelo mundo. Em maio, o Facebook chegou até a Índia, em agosto, até a Alemanha e Israel. Em setembro o site abre cadastro para todo público. O crescimento do Facebook foi tão grande que chamou a atenção da grande empresa Microsoft, que se interessou em comprar parte do Facebook, e acabou adquirindo a compra de 1,6% do Facebook por 240 milhões de dólares, em outubro de 2007. Segundo o próprio Mark Zuckerberg, uma venda total do Facebook é inviável.

Em agosto de 2011, o Facebook anunciou a abertura de seu primeiro escritório oficial no Brasil, em São Paulo, comandado por Alexandre Hohagen,

vice-presidente da empresa na América Latina. Também anunciou que chegaram a 25 milhões o número de usuários no Brasil e no mundo já são mais de 750 milhões de usuários ativos, confirmando o intenso crescimento de adeptos à rede social.

O considerável crescimento da rede, segundo Alexandre Hohagen, se deve ao sucesso da mistura de perfis pessoais e empresariais. Ali as empresas ganham seu espaço vivo com consumidor, podendo lucrar, enriquecer sua imagem, melhorar o contato com o consumidor final e uma das principais ferramentas, ter o feedback sobre seus produtos e até opiniões para o lançamento de um novo produto customizado ou segmento.

Um exemplo é a rede de cafés mais famosa do mundo, a Starbucks, que possui mais de 24 milhões de fãs, que, em sua página oficial no Facebook aproveita a ocasião para relançar um produto. Esta é uma das provas concretas do poder da empresa na construção da marca na rede e aproveitar o que os consumidores têm a dizer.

No dia 22 de setembro de 2011, ocorreu em San Francisco a conferência F8, voltada para trazer as novidades que o Facebook irá trazer nos próximos meses. O foco do novo visual está em mostrar todas as suas histórias, aplicativos e uma nova maneira de expressar quem você é, através das músicas que ouve, das coisas que lê e das coisas que assiste na TV, como filmes e programas.

## 2 - JUSTIFICATIVAS PARA A ESCOLHA DO TEMA:

Em vista do atual crescimento exponencial das redes sociais, em específico para este trabalho, o Facebook, é importante compreender as modificações sociais que esta ferramenta tem ocasionado na vida das pessoas que a utilizam. Segundo Capra, o mundo, que passa pela chamada "era da informação", "as funções e processos sociais organizam-se cada vez mais em torno de redes", sejam as grandes empresas de vários setores ou Organizações não governamentais, onde tudo isso se tornou uma fonte crítica de poder, devido ao seu fenômeno social importante. Sendo o Facebook uma das redes que afirmam concretamente essa relação, o grupo escolheu essa temática para desenvolver esse projeto de pesquisa.

## 3 - PROBLEMA

A utilização cada vez mais frequente no dia a dia das pessoas mudam seu comportamento?

## 4 - HIPÓTESE

Existe mudança de relacionamento entre as pessoas de diferentes gerações que utilizam o Facebook.

## 5 - OBJETIVO

O objetivo primário desta pesquisa é demonstrar o quanto o Facebook contribui para a alteração de um relacionamento entre pessoas de gerações distintas. Dentre os objetivos secundários, encontram-se:

- Analisar a frequência de uso do Facebook entre os entrevistados;
- Observar a hierarquia familiar entre os entrevistados;
- Compreender as diferentes gerações utilizadoras do Facebook.

## 6 - METODOLOGIA DE PESQUISA

**Fontes Primárias:** Para analisar e demonstrar o quanto o Facebook contribui para as alterações nas relações entre pessoas, optou-se pela obtenção das informações através baseado em levantamentos bibliográficos em variadas fontes, tais como, artigos e revistas científico-acadêmicas, livros, teses relacionados aos assuntos abordados no presente projeto e pesquisas de campo. Assim, pretende-se captar as percepções das pessoas envolvidas, enriquecendo assim a pesquisa.

Os materiais foram extraídos de bibliotecas que possuam conteúdo científico, tais como o acervo da Universidade de São Paulo e suas respectivas unidades de ensino, sites de publicação de artigos científicos, como o Scielo, e conteúdo disponibilizado por outras universidades.

Com base neste levantamento, foi formulado pelo presente grupo um questionário (*Anexo I*) com perguntas quantitativas, que terá como público-alvo os discentes da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP) e pessoas idosas.

Com os resultados obtidos, faremos um tratamento das variáveis segundo as seguintes categorias abaixo: *Idade, Classe social, Sexo, Tempo de uso do Facebook*.

Essas variáveis serão adicionadas em tabelas, a fim de compararmos os resultados e chegarmos numa conclusão.

*“A determinação recíproca e contraditória dos saberes, condição de todo conhecimento, se potencializa quando se trabalha com as fontes primárias. Sobretudo porque ao pesquisador está, comumente, afeita a tarefa de procura e levantamento dos dados que ele só fará a contento através do concurso de outros.” (Campos, 1997, p.6)*

**Fontes Secundárias:** Para auxiliar na análise das informações obtidas e complementar o trabalho, serão utilizadas fontes secundárias de informações. Tais fontes consistem na obtenção de informações em livros, periódicos, revistas científicas, entre outros.

## 7 – CRONOGRAMA DE TRABALHO

[illegible]



## 8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MEZRICH, B. (2010): **The Founding of Facebook. A Tale of Sex, Money, Genius and Betrayal**. Estados Unidos. Random House;

PAIVA, João; COSTA, Luíza; FOLHIAIS, Carlos: **“MOCHO”: Um Portal de Ciência e Cultura Científica**. Universidade de Coimbra. Portugal. Disponível em:

<<https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/12338/1/Artigo%20Mocho.pdf>>. Acessado em: 30 set.2011

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.

Reitoria da Universidade Estadual Paulista: **Manual de Acompanhamento de Desenvolvimento Profissional** Disponível em: <<http://www.unesp.br/crh/manual-adp2004.pdf>>. Acessado em 30 set. 2011.

IBOPE Nielsen Online, Target Group Index Brasil Y10w1. **Pesquisa Especial Conectividade, NetRatings** : Disponível em: <[www.ibope.com/connectmedia](http://www.ibope.com/connectmedia)>. Acessado em: 25 Set. 2011

CAMPOS, Edson Nascimento; CURY, Maria Zilda Ferreira. **Fontes Primárias: Saberes em Movimento**. Rev. Fac. Educ., São Paulo, v. 23, n. 1-2, Jan. 1997. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-25551997000100016&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-25551997000100016&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 25 Set. 2011.

CHRISTAKIS, Nicholas; FOWLER, James; **Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives**. Editora Little, Brown and Company, Inglês. Setembro, 2009.

## Anexo I – Questionário de Redes Sociais

### REDES SOCIAIS

Nome: _____	
Data de Nascimento: __/__/____	Sexo: ( )M ( )F
Curso/Escolaridade: _____	Ano de Entrada: _____

#### Questionário sobre relacionamentos

1. Possui contas em redes sociais? Quais?

( ) Facebook ( ) Orkut ( ) Twitter ( ) Flickr  
( ) Linked In ( ) Google+ ( ) Last FM ( ) Myspace  
( ) Outras: \_\_\_\_\_

2. Há quanto tempo você possui Facebook?

( ) Menos de 1 Mês ( ) 1 a 2 meses ( ) 2 a 6 meses ( ) Mais de 1 ano

3. Com qual frequência você utiliza o Facebook?

( ) Uma vez por semana ( ) Entre 1 e 4 vezes/semana ( ) Uma vez por dia ( ) Mais de uma vez por dia



3.1. Quanto tempo por dia você utiliza o Facebook?

( ) Menos de 1 hora ( ) 1 Hora ( ) 2 Horas ( ) Mais de 3 Horas

4. A utilização do Facebook diminuiu seu contato direto com as pessoas?

( ) Sim ( ) Mais ou Menos ( ) Não

5. A utilização do Facebook diminuiu a quantidade de horas que você sai?

( ) Sim ( ) Mais ou Menos ( ) Não

6. Seus pais/avós utilizam esta rede social?

( ) Sim ( ) Mais ou Menos ( ) Não

7. Qual recurso você mais utiliza no Facebook?

( ) Conversar com os amigos ( ) Compartilhamento de fotos ( ) Jogos  
( ) No meio acadêmico/Profissional ( ) Outros; \_\_\_\_\_

8. Você conhece pessoas no Facebook que nunca encontrou na vida?

( ) Sim, Uma Pessoa ( ) Sim, Entre Uma e Cinco Pessoas ( ) Sim, mais do que Dez Pessoas  
( ) Não

9. Pergunta aberta: como seus pais/avós avaliam o tempo que você passa usando o Facebook?

---

---

---

---

---