

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO HUMANO

INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS IN HUMAN BEHAVIOR

¹ZERGER, A. P.; ¹SANTOS, G. G.; ¹OLIVEIRA, L. M.; ¹DUARTE, M. M.; ¹DELFINO, P. T.; ¹XAVIER, S. S.; ²CUNHA, A. C. M.; ²CARVALHO, E. L. L.; ²MICHELETTI, L. R.

^{1e2}Departamento do Curso de Psicologia - Faculdades Integradas de Ourinhos - FIO/FEMM

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo demonstrar a percepção dos discentes da graduação dos cursos de Bacharelado de Sistemas de Informação e Psicologia das Faculdades Integradas de Ourinhos, acerca do uso e, conseqüentemente, das influências das diversas redes sociais em seus comportamentos, enfatizando os aspectos positivos e negativos em relação ao processo de construção de suas subjetivações e individualizações. Também, desejou-se saber, quais são as influências das redes sociais na produção de sentido para os mesmos. Para a obtenção dos dados foi aplicado um questionário padronizado com dez perguntas fechadas e duas abertas, apresentadas aos estudantes. Trata-se, portanto, de uma abordagem exploratória quantitativa e qualitativa para o levantamento e análise das informações; com técnica de amostragem probabilística, sistemática e estratificada. De acordo com os resultados apresentados percebe-se que as redes sociais estão muito presentes na vida dos universitários, desempenhando um grande papel em seus comportamentos e ocupando um grande espaço de seu tempo. E esses, independentemente da idade, do gênero e do curso mostram-se vulneráveis aos impactos dessas redes sociais à medida que estão conectados.

Palavras-chave: Comportamento; Subjetividade; Redes sociais.

ABSTRACT

The aim of this research is to demonstrate the students' perception on the undergraduate courses in Data Systems and Psychology at Faculdades Integradas de Ourinhos, about the use and consequently of the influence of the various social networks on their behaviors, emphasizing the pros and cons in relation to the process of constructing their subjectiveness and individualization. Also, we wanted to know what are the influences of social networks in the production of meaning for them. To obtain the data, a standardized questionnaire was applied with ten closed questions and two open questions, presented to the students. It is therefore a quantitative and qualitative exploratory approach to the collection and analysis of information; With probabilistic, systematic and stratified sampling technique. According to the presented results, it is noticed that social networks are very present in the life of university students, playing a great role in their behaviors and occupying a large space of their time. And these, regardless of age, gender and course, are vulnerable to the impacts of these social networks as they are connected.

Keywords: Behavior; Subjectivity; Social networks.

INTRODUÇÃO

A questão central deste estudo é refletir sobre a influência das redes sociais da *Internet* no comportamento dos universitários dos cursos de Bacharelado de Sistemas de Informação e Psicologia nas Faculdades Integradas de Ourinhos.

Afirma Daquino (2012) que as redes sociais surgiram por volta de 1969 com o desenvolvimento da *dial-up*, tecnologia utilizada para possibilitar uma conexão com a *Internet* e o lançamento de um serviço de conexão chamado *CompuServe*. Em 1971 foi enviado o primeiro *email* e após sete anos foi criado o *Bulletin Board System* que enviava convites e anúncios dos usuários usando linhas telefônicas e modem para

possibilitar a conexão e envio de dados. Em 1984 o *CompuServe* foi substituído por outro serviço chamado *Prodigy*. Um ano depois surge a *America On Line* que possibilitava aos usuários a criação de perfil virtual e criação de comunidades que trocavam informações e promovia discussões sobre qualquer assunto desejado.

Daquino (2012) diz que em 1997 foi criado um Sistema de mensagens instantâneas que antecederam os *chats* e *messengers*. Em 1994 foi lançado o *GeoCities* que fornecia recursos para a criação de páginas pessoais na *Web* chegando a possuir 38 milhões de usuários o que despertou o interesse de aquisição da *Universo Online* que o comprou mas encerrou suas atividades em 2009. Muitos serviços foram lançados, cada vez com mais ferramentas e possibilidades levando a um grande aumento de usuários, destes, citamos como o *Classmates*, criado para reunir alunos de escolas e faculdades chegando a ter 50 milhões de usuários.

Em 2002 surgiram o *Friendster* que oferecia o serviço de transformação de amizades reais em amizades virtuais atingindo 3 milhões de seguidores e também o *Fotolog* que possibilitava a publicação de fotos, legendas e comentários e ainda se mantém até hoje em mais de 200 países (DAQUINO, 2012). O autor descreve ainda que em seguida, no ano de 2003, foi criado o *LinkedIn* que possibilitava contatos profissionais e o *MySpace* que segue o mesmo formato do *Friendster*, os dois últimos citados ainda estão ativos com um significativo número de usuários. Por volta de 2004 surgem as mais populares redes sociais, o extinto *Orkut* e o *Facebook*, ainda ativo, seguidos pelo *Twitter*, *Instagram* e o mais recente *WhatsApp*, que é um aplicativo para celular, sendo estas consideradas muito rentáveis em relação aos outros.

Segundo Tufy, Costa e Grossi (2014), as redes sociais são agrupamentos de indivíduos cadastrados em determinados *softwares* sociais, após o seu cadastro e a inclusão de seus amigos e conhecidos, que passam a fazer o mesmo, multiplicando rapidamente o número de usuários. Cada *software* desenvolve recursos e oferece serviços diferentes como *blogs*, álbum de fotos, galeria de amigos, e formam suas redes com diversas finalidades.

Desse modo, as redes sociais já fazem parte do cotidiano de um grande número de pessoas e aparecem no cenário atual como um novo espaço que usa as tecnologias de informação e comunicação (TICs) para estabelecer relações sociais e afetivas. Neste sentido, “as novas tecnologias interativas renovam a relação do usuário com a imagem, com o texto e com o conhecimento. É de fato um novo modo de produção do espaço visual e temporal mediado” (SILVA, 2010, p. 12).

Na teoria de Tapscott (2010), afirma-se que as redes sociais são usadas para bem mais do que apenas se manter atualizado a respeito das viagens ou da vida amorosa dos amigos. Portanto, o fascínio, controle e dependência que as redes sociais têm apresentado, tornou-se uma ferramenta de auto-organização de comunidades espalhadas pelo mundo. Tal como destaca Tapscott (2010, p. 75) “as redes sociais estão se tornando canais através dos quais novas tendências da música, da moda, da tecnologia e de outros aspectos da cultura jovem estão circulando”.

A tecnologia faz com que o compartilhamento da informação e do conhecimento seja mais fácil, mas, apesar das ferramentas colocadas à disposição das pessoas para facilitar esse processo, Davenport e Prusak (1998) ressaltam algumas barreiras para a transferência do conhecimento nas organizações, entre elas, falta de confiança mútua e diferente objetivo. Mas são barreiras facilmente superadas, pelas próprias características das redes sociais.

Tenzer, Ferro e Palácios (2009) apontam alguns benefícios das mídias sociais, citando que elas ajudam a manter os relacionamentos, até mesmo os mais distantes; suscitam o sentimento de “fazer parte” de um contexto ou relação, em que o indivíduo encontra uma forma de estar presente nisto; facilitam a expressão do que se sente e pensa, compartilhando opiniões e experiências; proporciona a oportunidade de pensar antes de reagir, elas possibilitam um tempo antes que já tenha uma ação de resposta; estimulam a criatividade, mostrando assim o que a pessoa tem de talento.

Nabuco de Abreu e Young (2011) afirmam que as mídias sociais têm impactado negativamente nos aspectos psicológicos e emocionais, principalmente de crianças e adolescentes, detentores de pouca habilidade de discernimento. Adentro das desvantagens das redes sociais, está incluso o vício, que provoca nos jovens um descontrole da responsabilidade, ou seja, falta de discernimento sobre o conteúdo postado nos meios virtuais, o que para eles é uma tarefa difícil, já que essa responsabilidade não é compatível com essa faixa etária (SETZER, 2014).

A psicoterapeuta Albanesi (2015), aponta em entrevista, alguns aspectos negativos em relação ao uso das redes sociais seriam: sensação de solidão, pois na maioria das vezes o que acaba ocorrendo são relacionamentos superficiais; perda de tempo sem perceber; aumento de assuntos relacionados a vida íntima das pessoas que nem sempre são verdades; indivíduos seguindo descontroladamente a rotina dos outros; além de comparar com acontecimentos na vida dos outros com os vividos por ele mesmo estimulado a inveja e sentimentos negativos sobre sua vida, levando a

pessoa a encarar a situação muitas vezes não sendo como real obtendo proporções que não existem.

Conforme Pisani e Piotet (2010, p. 33) a *web* transforma o mundo: a alquimia das multidões, afirmam que, o que os jovens realmente se identificam muito com a *Internet*: são “as redes de relacionamento sociais e todas as suas ferramentas”. O uso dos diferentes instrumentos muda o sentido do uso e o significado das coisas. O fato é que, de um modo ou de outro, somos todos afetados por essa sociabilidade nas redes sociais, como o *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, etc.

As relações que os jovens e adultos estabelecem nas redes sociais também são construídas na alteridade (o outro como constitutivo), ou seja, a identidade resulta de uma identificação com o outro, como ele se subjetiva e se posiciona no mundo. De acordo com Dias e Couto (2011, p. 638) o sujeito se constitui no dizer do que está fazendo a cada momento, o verbo “estar” transborda o ser. A formulação “o que estou fazendo agora” dá pistas de “quem sou eu”, o modo de existir no digital é atravessado pelo estar visível ao outro.

As redes sociais configuram-se como um local onde as representações identitárias convergem. Como diria Nobrega (2010), a construção das identidades, virtuais ou não, ocorre no espaço do simbólico. Toda concepção identitária se esboça em forma de representação e no caso das redes virtuais de relacionamento, a representação do indivíduo se dá por meio da publicização do eu.

Segundo Rossi (2012), para a neurocientista britânica Susan Greenfield, o admirável mundo novo da *Internet* e das redes sociais não é tão admirável assim. Videogames e redes sociais estão, na visão dela, criando uma nova geração – a de “nativos digitais” – que vai passar a maior parte de sua vida *online*. E isso não é bom, segundo ela: “As crianças que estão crescendo agora nesse ambiente do ciberespaço, não vão aprender como olhar alguém nos olhos, não vão aprender a interpretar tons de voz ou a linguagem corporal” (ROSSI, 2012, s/p), disse em entrevista ao *site* de VEJA, concedida em sua passagem pelo Brasil para falar na Conferência Fronteiras do Pensamento, em São Paulo e Porto Alegre.

Na atualidade, o uso das novas tecnologias digitais que, assim como as redes sociais, possuem a *Internet* como epicentro, gerou uma forma específica de cultura que vem sendo denominada *cibercultura*. Em termos gerais, esse vocábulo pode ser definido como o conjunto de processos tecnológicos, midiáticos e sociais emergentes

a partir da década de 1970, com a convergência das telecomunicações, da informática e da sociabilidade contra cultural da época (CASTELLS, 1999).

MATERIAL E MÉTODO

A pesquisa foi realizada com uma amostra composta por 95 universitários das Faculdades Integradas de Ourinhos selecionados através de uma técnica de amostragem probabilística. Verificou-se que 78,95% dos alunos eram do curso de Psicologia e 21,05% do curso de Bacharelado em Sistemas de Informação. Com relação à idade, constatou-se que a idade dos participantes variou entre 17 e 51 anos, com média de 21 anos. Quanto ao gênero, 5% era do gênero feminino e 95% do masculino no curso de Bacharelado em Sistemas de Informação e no curso de Psicologia, 86,67% dos alunos eram do gênero feminino e 13,33% do masculino.

Buscou-se um estudo focado na abordagem exploratória quantitativa e qualitativa, com técnica de amostragem probabilística, sistemática e estratificada, e também entrevistas estruturadas e semiestruturadas. Para coleta de dados, foi aplicado um questionário, contendo dez perguntas fechadas e duas abertas, apresentadas aos participantes no ano de 2017. A coleta ocorreu após a autorização dos coordenadores dos cursos referidos e todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

As perguntas formuladas no questionário apresentaram como objetivo verificar se existe uma relação entre o uso das redes sociais com o comportamento dos sujeitos da pesquisa; também desejou-se saber quais são as influências das redes sociais na produção de sentidos para os mesmos. A coleta de dados realizou-se sob as orientações das professoras orientadoras, obedecendo à ordem de seleção, com um cuidadoso exame dos dados; compilação, através de técnica operacional de categorização e tabulação com a disposição dos dados de forma a verificar suas inter-relações e, para a análise dos resultados, optou-se pela utilização de gráficos.

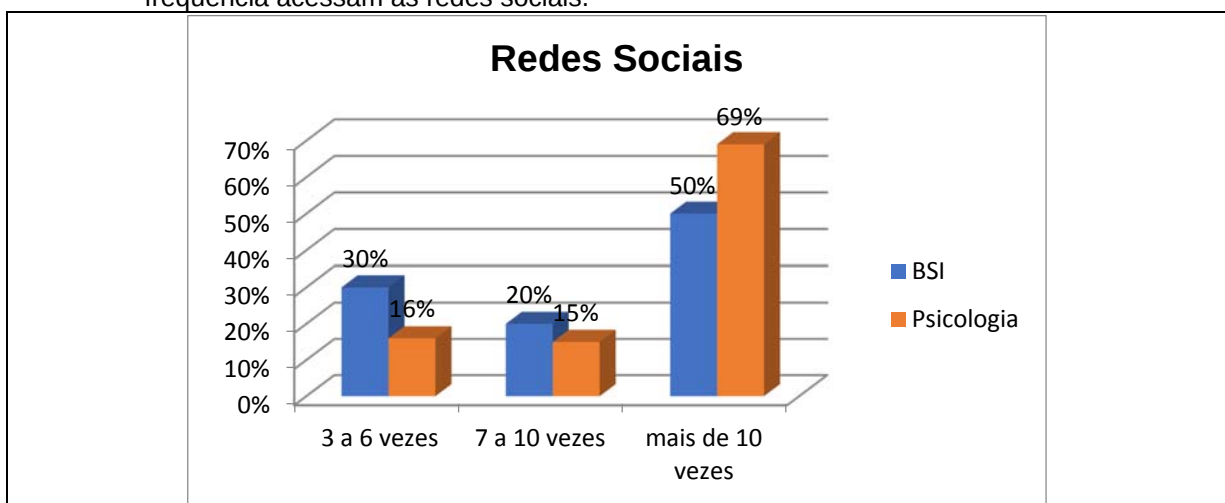
RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao solicitar quais redes sociais são mais acessadas no curso de Psicologia, verificou-se que o *WhatsApp* foi a rede social preferida por 93,33% das pessoas. Em segundo lugar foi o *Facebook*, escolhido por 89,33% das pessoas. Em terceiro lugar foi o *Instagram*, votado por 62,67% das pessoas. Em quarto lugar foi o *Snapchat*, favorito por 49,33% das pessoas. Em quinto lugar outras redes sociais como o *Google*, *Skype* e *Pinterest* foram votadas por 18,67% das pessoas. Já em sexto lugar, a rede social escolhida foi o *Twitter*, que teve o voto de 13,33 % das pessoas.

No curso de Bacharelado em Sistemas de Informação, as redes sociais *WhatsApp* e *Facebook* foram as favoritas para 90% das pessoas respectivamente. Em segundo lugar foi *Snapchat*, preferido por 40% das pessoas, seguido pelo *Instagram*, com 35 % das pessoas. Em quarto lugar outras redes sociais como o *Google* e *Linkedin* foram votadas por 10% das pessoas, seguido pelo *Twitter* que obteve a mesma quantidade de votos.

Foi questionado aos acadêmicos qual a frequência que utilizam as redes sociais, 50% dos alunos de Bacharelado em Sistemas de Informação (BSI) e 69% dos alunos de Psicologia concordaram que acessam as redes sociais mais de 10 vezes por dia, assim como 20% alunos de BSI e 15% alunos de Psicologia abordaram que acessam as redes sociais de 7 a 10 vezes por dia. E finalizando 30% alunos de BSI e 16% de alunos de Psicologia utilizam as redes sociais de 3 a 6 vezes por dia.

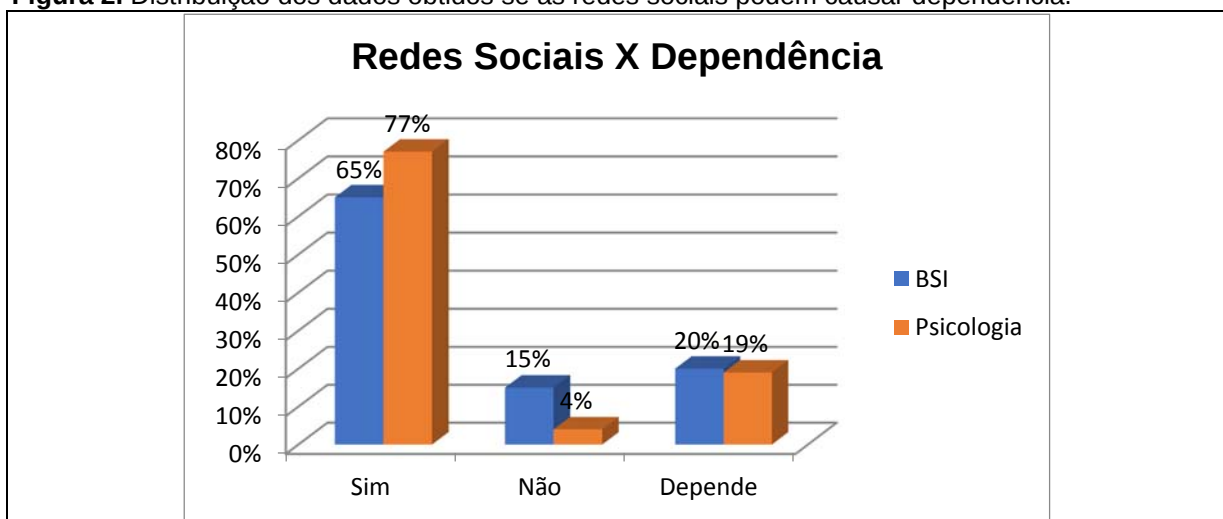
Figura 1. Distribuição dos dados obtidos dos alunos de BSI e Psicologia para identificar com que frequência acessam as redes sociais.



Segundo Castells (2003), a *Internet* é um meio de comunicação e não somente uma simples tecnologia, estabeleceu um importante papel nas relações sociais contribuindo para o surgimento de grupos sociais com interesses mais específicos; pode-se dizer que a *Internet* transformou as relações sociais, qualquer usuário tem livre acesso a ela não havendo cobrança para se interagir.

Nessa questão foi abordado se, na opinião dos acadêmicos, as redes sociais podem causar dependência, com base nos resultados tivemos uma amostra de 65% alunos de BSI e 77% alunos de Psicologia que afirmam que as redes sociais podem causar dependências e 20% alunos de BSI e 19% alunos de Psicologia responderam que depende e 15% alunos de BSI e 4% alunos de Psicologia que responderam que as redes sociais não podem causar dependência.

Figura 2. Distribuição dos dados obtidos se as redes sociais podem causar dependência.

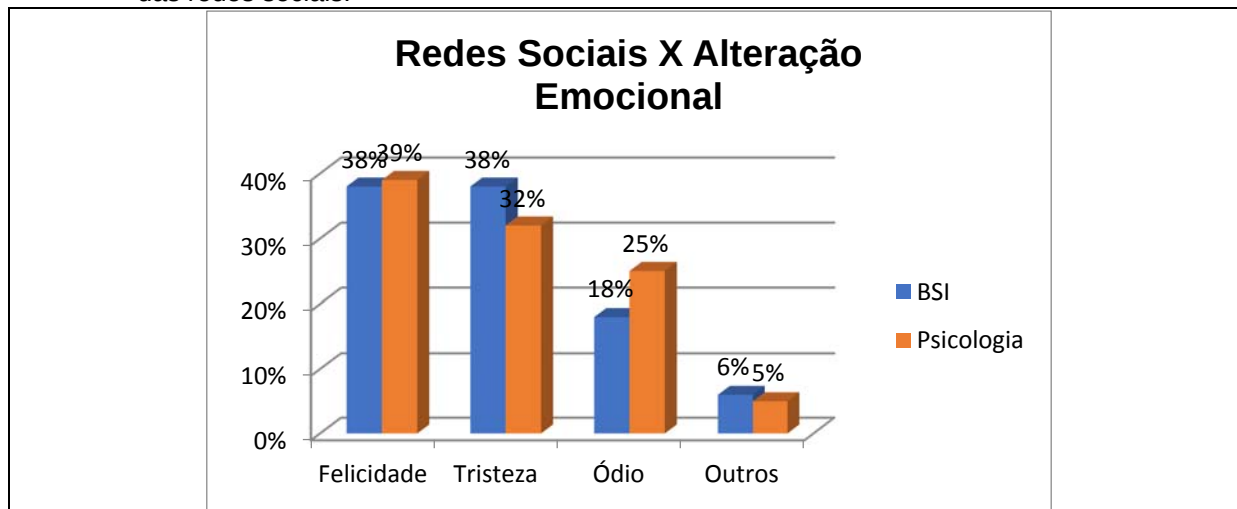


Segundo Castells (2003, p.225), a *Internet* parece ter um efeito positivo sobre a interação social, e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação. Mudanças ocorrem através do uso das redes sociais, também, nas relações sociais entre os indivíduos, podendo ter um efeito positivo ou negativo.

A questão se refere a alteração do estado emocional do usuário diante de uma postagem lida em uma rede social qualquer, com as opções de resposta descritas acima além de um espaço a ser utilizado caso sua resposta não fosse encontrada nas alternativas apresentadas podendo ainda, serem assinaladas mais de uma alternativa. Nessa questão 100% dos entrevistados em ambos os cursos responderam que após a leitura, apresentaram sentimentos positivos e/ou negativos diante de determinada

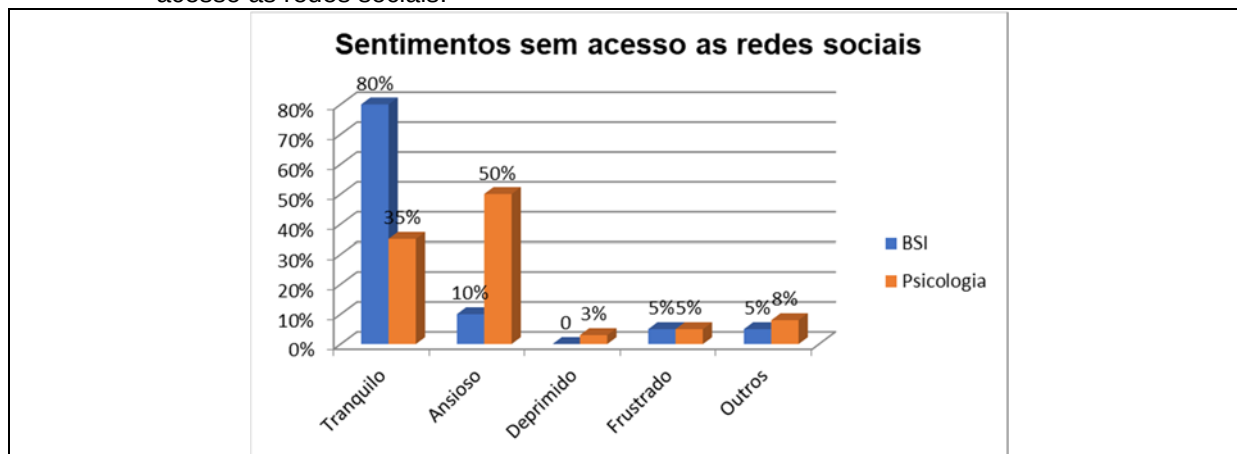
notícia. Comparando com o universo da literatura (MARTINI, 2013) pode-se afirmar que as redes sociais têm influência nos sentimentos, reações e o funcionamento mental dos indivíduos.

Figura 3 Distribuição dos dados obtidos quanto a alteração emocional ao ler uma postagem em alguma das redes sociais.



Os entrevistados foram questionados sobre seu sentimento quando não tem acesso às redes sociais. Pode-se verificar que os sentimentos diferem de acordo com o curso. Entre os alunos de BSI a grande maioria se sente tranquilo diante da falta de acesso às redes enquanto que no curso de Psicologia a maioria dos entrevistados relatou que se sentem ansiosos na falta de acesso às redes. Grande parte dos entrevistados de um modo geral descreveu um sentimento negativo diante da questão indicada, Zimmermann (2016) diz que o estado ansioso produz um conjunto de respostas funcionais que podem interferir no comportamento do indivíduo.

Figura 4. Distribuição dos dados obtidos quanto ao sentimento do usuário quando não conseguem ter acesso as redes sociais.



As duas últimas questões aplicadas eram abertas e indagavam se as redes sociais influenciam seu comportamento e também se elas trazem benefícios para sua vida. Os alunos divergiram a respeito da influência no comportamento exercido pelas redes sociais, pois a maioria dos alunos de Psicologia afirmaram que as redes sociais influenciam em seu comportamento, já os alunos do BSI em sua maioria disseram que não há influência no comportamento.

Se a resposta fosse afirmativa para a questão da influência das redes sociais em seu comportamento, deveriam dizer como isso acontece e as respostas foram divididas entre os estudantes dos dois cursos, pois uns disseram que a influência está nos sites de compra de roupa que são disponibilizados nas redes sociais com propagandas chamativas, para outros, depende da forma de exposição das pessoas nas redes sociais, fotos de diversas coisas que dão vontade de ter, ser usada como distração, informação de jornais e revistas do mundo todo e alguns no relacionamento com amigos.

Os benefícios das redes sociais listados pelos estudantes convergiram e se destacaram os seguintes: informação utilizada principalmente para estudo e de uma forma geral sobre o que acontece no mundo; comunicação com amigos e familiares que moram em outras cidades; fazer amizade e até mesmo iniciar um relacionamento através das redes sociais; divulgação do trabalho, festas e eventos afins e por último a ser útil no mercado de trabalho.

Portanto segundo Barros, Carmo e Silva (2012, p.2) “as redes sociais não se limitam mais ao relacionamento, mas também como fonte de pesquisa e notícias, tendo como atributos a interatividade e participação”. Sendo assim, nossos sujeitos da pesquisa, em sua maioria, descreveram que hoje as redes sociais influenciam no

comportamento e também trazem benefícios, pois possibilita a oportunidade de não só ter o acesso à informação, e sim ter a capacidade de produzir, curtir e compartilhar tudo o que se desejar. Apenas deve se tomar cuidado para que isso não se torne um vício que possa atrapalhar nas atividades rotineiras de cada indivíduo.

CONCLUSÕES

Com o presente estudo, concluiu-se com a pesquisa realizada entre os universitários dos cursos de Bacharelado de Sistemas de Informação e Psicologia, nas Faculdades Integradas de Ourinhos, que as redes sociais ocupam grande parte do tempo do indivíduo desempenhando uma mudança no comportamento.

Foi visto que houve algumas divergências entre os cursos de BSI e Psicologia a respeito da influência no comportamento exercido pelas redes sociais, onde para os alunos, a maioria dos alunos de Psicologia, afirmaram que as redes sociais influenciam em seu comportamento, já os alunos do BSI em sua maioria disseram que não há influência no comportamento humano.

Além disto, o presente trabalho teve em vista demonstrar a percepção dos discentes acerca do uso e conseqüentemente das influências das redes sociais em seus comportamentos, enfatizando os aspectos positivos e negativos em relação a suas condutas.

Através dos dados obtidos, verificou-se que a *Internet* está presente na vida dos sujeitos, ocupa um espaço relevante em seu tempo, independente da faixa etária e gênero, e que os mesmos se mostram expostos aos impactos que estas podem lhe causar à medida que estão sendo utilizadas.

Por todos esses aspectos, espera-se que a presente pesquisa tenha conseguido mostrar a influência das redes sociais no comportamento humano, ressaltando os aspectos negativos e positivos e de como isso influencia na conduta humana.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. N. de; YOUNG, K. S. (2011). **Dependência na Internet**. Manual e guia de avaliação e tratamento. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=8avU3ygQ7ToC&printsec=frontcover&dq=nabuco+e#v=onepage&q=nabuco%20e&f=false>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

ALBANESI, M. D. (2015). **Pontos positivos e negativos das redes sociais:** Entrevista com Maura de Albanesi. Disponível em: <<http://agenciaimpact.com.br/pontos-positivos-e-negativos-das-redes-sociais>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BARROS, A. de A.; CARMO, M.F.A. do; SILVA, R.F. da. (2012). A Influência das redes sociais e seu papel na sociedade. **Aletria: Revista de Estudos de Literatura. Faculdade de Letras da UFMG**. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/ueadsl/article/viewFile/3031/298>>. Acesso em: 23 maio 2017.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet:** Reflexões sobre a *Internet*, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DAQUINO, F. (2012). **A história das redes sociais:** como tudo começou. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial:** como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DIAS, C.; COUTO, O. F. do. As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 11, n. 3, p. 631-648, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v11n3/a09v11n3.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

MARTINI, T. C. (2013). **O padrão de uso da Internet e redes sociais online no Transtorno do Humor Bipolar.** Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/143333/000892242.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 maio 2017.

NÓBREGA, L. P. (2010). **A construção de identidades nas redes sociais.** Disponível em: <<http://seer.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/1315/899>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

PISANI, F.; PIOTET, D. **Como a web transforma o mundo:** a alquimia das multidões. Tradução de Gian Bruno Grosso. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

ROSSI, J. (2012). **O ambiente digital está alterando nosso cérebro de forma inédita.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/ciencia/o-ambiente-digital-esta-alterando-nosso-cerebro-de-forma-inedita-diz-neurologista-britanica/>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SETZER, V. W. **Meios eletrônicos e educação:** Uma visão alternativa. 3. Ed. São Paulo: Escrituras, 2005.

_____. **Os meios eletrônicos.** RODAVIVA, Entrevista do Programa televisivo Roda Viva da TV Cultura de 1/12/2008. (Editado por G. Fernandes). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tNLb4Sw_vkk>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SILVA, M. **Sala de aula interativa.** 5. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital:** como os jovens que cresceram usando a *Internet* estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TENZER, S. M; FERRO, O; PALÁCIOS, N. (2009). **Redes sociais virtuales:** personas, sociedades y empresa. Cátedra Introducción a la Computación. Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas (FCEA). FECEA. Disponível em:<<http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcomp/material/RSVa.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

TUFY, S. P.; COSTA, J. W. da; GROSSI, M.G.R. (2014). **As redes sociais como espaço sociointerativo no processo de aprendizagem:** um estudo de caso. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/viewFile/1896/1295>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

ZIMERMANN, L. (2016). **O pensamento por de trás das curtidas.** Disponível em: <<http://www.olhardireto.com.br/conceito/colunas/exibir.asp?id=626&artigo=psicologa-fala-sobre-a-ansiedade-causada-pelas-redes-sociais>>. Acesso em: 20 maio 2017.