



RELACIONAMENTO E ANONIMATO NA UTILIZAÇÃO DA INTERNET

Joana Mendes

Universidade do Algarve
jsofia.mendes@gmail.com

Sandra Mendonça

Universidade do Algarve
mendonca_sandra@msn.com

Ana Paiva

Universidade Aberta
amvpaiva@sapo.pt

Fecha de recepción: 26 de enero de 2011

Fecha de admisión: 10 de marzo de 2011

RESUMO

Desde o seu surgimento, em meados de 1960, a Internet evoluiu de um simples meio de ligar algumas universidades em rede, para uma rede social global que conecta milhões de indivíduos (Elmer – Dewitt, 1995). Ao longo das décadas a Internet tem vindo a exercer um grande impacto sobre a forma como os indivíduos trabalham, comunicam e se relacionam (Keisler, Siegel, & McGuire, 1984). Assim, Os processos psicossociológicos vividos pelo indivíduo na utilização da Internet representam domínios de estudo necessários para compreender novos comportamentos adoptados nas interações *online*.

A presente investigação teve como objectivo explorar as atitudes dos indivíduos face ao Relacionamento e ao Anonimato na utilização da Internet. Pretendeu-se ainda explorar as relações entre essas dimensões e os Traços de Personalidade avançados pela teoria dos cinco factores de McCrae e Costa (1985). Os resultados sugerem que (1) os indivíduos apresentam atitudes negativas face ao relacionamento na Internet; (2) indivíduos do sexo feminino apresentam atitudes mais negativas face ao anonimato na Internet, por comparação a indivíduos do sexo masculino; (3) os indivíduos do sexo feminino mais conscienciosos manifestam atitudes mais negativas face ao anonimato e ao relacionamento na Internet.

Palavras Chave: Anonimato, Relacionamento, Personalidade, Internet e Adolescentes.

ABSTRACT

Since its emergence in the mid 1960s, the Internet has evolved from being a simple networks media, connecting a reduced number of universities, to become a global social network that interconnects millions of individuals (Elmer-Dewitt, 1995). During the last decades, the Internet has had a major impact on the way human beings work, communicate and relate to each other (Keisler,



Siegel, & McGuire, 1984). Hence, to comprehend the new emerging behaviors in online interaction, psycho-sociological processes experienced by individuals as they use the Internet present as an essential research area.

The aim of this research consists in investigating the attitudes toward Relationship and Anonymity in the Internet. This study also intends to explore the relations between these dimensions and Personality Traits of the five factors theory of McCrae and Costa (1985). The results suggest that (1) individuals display negative attitudes to Internet relationships; (2) compared to male individuals, female population show stronger signs of negative attitudes towards anonymity; (3) in more conscientious female individuals, negative attitudes towards anonymity and Internet relationship is even more evident.

Key Words: Anonymity, Relationship, Personality, Internet and Adolescents.

INTRODUÇÃO

Os processos psicossociológicos vividos pelo indivíduo na utilização da Internet representam domínios de estudo necessários para compreender os novos comportamentos adoptados nas interações *online*.

Ao longo da última década as tecnologias de *software* social da Internet tornaram-se cada vez mais importantes na vida social e cultural dos indivíduos (e.g., Christopherson, 2006; Elmer-Dewitt, 1994; Gross & Acquisti, 2005; Subrahmanyam & Greenfield, 2008). O fenómeno de universalização das redes digitais, a que temos vindo a assistir (Orchard & Fullwood, 2009), tem contribuído para estender a todas as áreas da sociedade e tendencialmente do mundo, a possibilidade de cada um poder produzir informação, criando conteúdos para partilhar numa rede social de comunicação.

Desde o seu surgimento, a Internet teve um grande impacto sobre a forma como os indivíduos trabalham, comunicam e se relacionam (Keisler, Siegel, & McGuire, 1984). Em Portugal, dados da Araújo (2009) revelam que 90,9% dos jovens entre os 15 e os 18 anos utilizam a internet. Os serviços mais populares para estes jovens são o correio electrónico, os serviços de mensagens instantâneas e a utilização de redes sociais. Estes resultados sugerem que as ferramentas *Online* são utilizadas como uma nova forma de iniciar e expandir relações, caracterizando um fenómeno que já se tornou parte integrante da vida dos indivíduos (Wolak, Mitchell, & Finkelhor, 2003).

De acordo com Boyd (2008), os relacionamentos que se mantêm e/ou desenvolvem através da Internet possuem uma dinâmica semelhante à das interações face-a-face, no entanto, com a introdução das redes sociais houve uma “deslocalização” do espaço onde essas dinâmicas têm lugar. Os indivíduos utilizam o espaço *online* para se relacionarem com os outros. De facto, aquilo que os jovens fazem nas redes sociais a que acedem é semelhante ao que fazem no mundo *offline*, ou seja, conviver com os outros, trabalhar a sua apresentação e experimentar correr riscos que os ajudarão na formação e construção da sua identidade.

No entanto, McKenna, Green e Gleason (2002), alertam que características como, maior anonimato, diminuição da importância da aparência física, maior controlo sobre o tempo e o espaço, e maior facilidade no encontro de outros similares, tornam a Internet num ambiente psicológico único e complexo.

Relacionamento, Anonimato e Identidade

A adolescência é uma etapa com características muito próprias, na qual o desenvolvimento de relações interpessoais significativas e de uma identidade são tarefas fundamentais (Chou & Peng, 2007). Assim, o estabelecimento de relações com pares significativos torna-se fundamental não só



como apoio socioemocional ao desenvolvimento individual como para uma adaptação profícua às tarefas de socialização (Coll, Marchesi & Palacios, 2004).

De acordo como Turkle (1997), a crescente utilização da Internet como meio preferencial de relacionamento tem vindo a moldar a forma como os indivíduos pensam sobre si próprios e sobre os outros. A Internet tornou-se no «laboratório social», onde o indivíduo trabalha facetas de si próprio menos exploradas, «do outro lado do espelho», sem os constrangimentos sociais da vida *offline* (Turkle, 1997 p. 261).

Em larga escala, esta oportunidade de experimentação de identidades deve-se à possibilidade de recorrer ao anonimato nos relacionamentos mediados pela Internet (Joinson, 2001; McKenna et al., 2002; Turkle, 1997; Walther, 1996). Tradicionalmente, o anonimato é definido como a impossibilidade de identificação da verdadeira identidade de um indivíduo (Christopherson, 2006).

Amichai-Hamburger (2007) preconiza que a possibilidade de anonimato nos relacionamentos *online* é um impulsionador de uma expressão mais sincera do *self*, uma vez que os indivíduos parecem mais propensos às auto-revelações quando não conhecem o outro e quando a probabilidade de (re) encontro *offline* é mínima. Por outro lado, ao contrário do que acontece no *offline*, o relacionamento através da Internet permite também que o indivíduo expresse o seu *self* ideal, ou seja, o que pode ser, o que gostaria de ser e o que tem medo de vir a ser. O ambiente *online* modera a pressão social a que os indivíduos, e especialmente os adolescentes, estão sujeitos em situações de convívio social com os pares.

Considerando as perspectivas explanadas, realça-se a importância de se estudar diferentes facetas da personalidade na conjugação com as especificidades da Internet, nomeadamente o relacionamento e o anonimato.

Assim, a presente investigação teve como objectivo explorar as atitudes dos indivíduos face ao Relacionamento e ao Anonimato na utilização da Internet e ainda analisar as relações entre estas dimensões e os Traços de Personalidade avançados pela teoria dos cinco factores de McCrae e Costa (1985).

METODOLOGIA

Participantes

Características sociodemográficas

Participaram na presente investigação 64 estudantes universitários, alunos do 1.º Ano do 1.º ciclo de dois cursos de Licenciatura. Sendo que 38 frequentavam o curso de Psicologia e 26 o curso de Engenharia Informática, da Universidade do Algarve. A amostra, obtida por conveniência, foi constituída por 32 participantes do sexo feminino e 32 participantes do sexo masculino, com uma média de idades de 20,89 (DP= 5,337).

Dos participantes, na totalidade de Nacionalidade Portuguesa, 42 são naturais do Algarve sendo os restantes de outras zonas do país. Relativamente às habilitações académicas, 90,6% possui o 12º ano de escolaridade, 7,8 % já é detentor de uma Licenciatura, e 1,6% de um curso Técnico-Profissional.

Características globais de utilização das Ferramentas da Internet

A Tabela 1 fornece dados relativamente à diversidade de serviços que os indivíduos utilizam mais frequentemente no acesso à Internet. Estes serviços foram agrupados em três dimensões (cf descrito em Instrumentos): Informação (e.g., pesquisas temáticas), Social (e.g., redes sociais) e Lazer (e.g., jogos *online*). De acordo com a maior frequência de uso temos a dimensão Informação, sendo os serviços mais utilizados a *Pesquisa Temática* (4.17±.97) e o *Correio Electrónico* (4.75±.62). Na dimensão Lazer o serviço mais utilizado pela totalidade dos participantes indivíduos é o *Youtube* (4.08±.99), no entanto, os indivíduos do sexo masculino também utilizam com maior



frequência os *Jogos Online* (3.22 ± 1.39), por comparação ao sexo feminino (2.47 ± 1.24). Por fim, para a dimensão Social os serviços mais frequentemente utilizados pelos sujeitos são o *Msn Messenger* (4.23 ± 1.19) e o *Hi5* (3.00 ± 1.61). De referir ainda, que o sexo feminino pontua mais alto na maioria dos serviços desta dimensão, sugerindo que as raparigas utilizam mais frequentemente os serviços Sociais, que a Internet disponibiliza, para conversas *online*.

Tabela 1 Dados relativos à média de frequência de utilização aos serviços/ferramentas utilizados na Internet

Dimensões	Género Sexual					
	Feminino		Masculino			
	M	DP	M	DP	M	DP
Informação						
Pesquisa Temática	4.17	.97	4.44	.76	3.91	1.09
Correio electrónico	4.75	.62	4.78	.49	4.72	.73
Leitura de Revistas/Jornais	2.81	1.22	2.59	1.13	3.03	1.28
Consulta de Páginas	2.93	1.18	2.68	.83	3.13	1.38
Lazer						
Youtube	4.08	.99	4.00	1.11	4.16	.88
Jogos Online	2.84	1.36	2.47	1.24	3.22	1.39
Website fotografias	1.63	1.04	1.65	.99	1.61	1.12
Social						
Chat	1.78	1.21	1.41	.95	2.16	1.34
Msn Messenger	4.23	1.19	4.41	1.13	4.06	1.24
Hi5	3.00	1.61	3.63	1.56	2.37	1.43
Facebook	2.29	1.59	2.48	1.73	2.09	1.45
Blogs	2.05	1.32	2.03	1.40	2.06	1.26

INSTRUMENTOS

Para a presente investigação foi elaborado um questionário que se encontra dividido em quatro partes. Numa primeira parte, constituída por 14 questões, pretendeu-se apurar os dados sociodemográficos dos participantes, assim como algumas características gerais na utilização da Internet. De acordo com investigações prévias de uso do computador e da Internet (e.g., Paiva, 2008; Paiva, 2002) pediu-se aos participantes que indicassem a frequência de uso e ferramentas utilizadas no acesso e navegação.

Na segunda parte do questionário elaborou-se uma escala para apurar os hábitos relacionados com a diversidade de utilização de algumas ferramentas e serviços que a Internet disponibiliza. Os participantes situaram-se numa escala de tipo *Likert* de 1 (Nada Frequente) a 5 (Muito Frequente) para cada um dos serviços que usam na Internet. Para efeitos de tratamento de dados, e baseado em investigações prévias de uso da Internet (e.g., Hamburger & Ben-Artzi, 2000; Landers & Lounsbury, 2006), os itens relativos às finalidades de uso da Internet foram agrupados em 3 dimensões. As dimensões construídas foram: Social (e.g., redes sociais, serviços de comunicação), Lazer (e.g., jogos Online) e Informação/Académica (e.g., Leitura de jornais/revistas, pesquisas temáticas e e-mail). O Resultado para cada dimensão é dado pela soma aritmética dos itens, pelo que, médias mais elevadas correspondem a utilizações mais frequentes do serviço/ferramenta.



Na terceira parte do questionário, pretendeu-se estudar as atitudes face a serviços e ferramentas da Internet utilizadas para o relacionamento interpessoal (e.g. redes sociais, chat, email). Considerando que o constructo de atitude se refere a “*uma representação mental que condensa a nossa avaliação sobre um objecto*” (Leyens & Yzerbyt, 2008 p. 91), foi construída uma escala com 14 itens, enunciados para avaliar as dimensões *Relacionamento* (e.g., “*Penso que é mais fácil conhecer pessoas através da Internet*”) e *Anonimato* (e.g., “*O meu perfil reflecte a minha verdadeira identidade*”). Para analisar as atitudes, nestas dimensões que enquadram especificidades relevantes no uso actual da Internet, foi pedido aos participantes que indicassem para cada item, o seu grau de acordo, de 1 (Discordo Totalmente) a 5 (Concordo Totalmente). O resultado de cada subescala é dado pela soma aritmética dos itens que a constituem, sendo que médias mais elevadas resultam em atitudes mais favoráveis relativamente às variáveis medidas. A subescala *Relacionamento* apresenta um *alpha de Cronbach* de .77, enquanto que, na subescala *Anonimato* o *alpha de Cronbach* assume o valor de .55.

Na quarta parte do questionário mediram-se as diversas dimensões da personalidade através do Inventário de Personalidade NEO-FFI-20 de Bertoquini e Ribeiro (2006). No questionário, constituído por 20 itens, os indivíduos situaram-se numa escala de tipo *Likert* de cinco pontos. O inventário avalia cinco traços de personalidade: (1) Neuroticismo (i.e., nível de estabilidade emocional); (2) Extroversão (i.e., competências de socialização); (3) Abertura à Experiência (i.e., atributos como imaginação, independência e gosto por variar); (4) Amabilidade (i.e., atributos como empatia e tolerância); e (5) Conscienciosidade. (i.e., capacidade de organização e empenho). A consistência interna das respostas obtidas foi elevada, variando o *alpha de Cronbach* de .75 na subescala Amabilidade a .93 na subescala Neuroticismo (Bertoquini & Ribeiro, 2006).

Procedimento de Recolha de Dados

A recolha de dados junto dos estudantes do curso de Psicologia ocorreu em duas sessões, em situação de sala de aula. Os participantes responderam aos questionários de modo colectivo, o seu preenchimento teve uma duração média de 15 minutos. Junto dos estudantes do curso de Engenharia Informática os questionários foram respondidos em modalidade *online*. Foi sempre fornecida informação acerca dos objectivos do estudo, explicados os procedimentos e garantida a confidencialidade dos dados.

Procedimento de Análise de Dados

A presente investigação foi de natureza correlacional. Os dados recolhidos foram analisados com recurso ao PAWS (versão 18,0). Numa primeira etapa foram efectuadas análises descritivas, como forma de caracterizar a amostra relativamente ao sexo, idade e uso de serviços da Internet. Foram ainda efectuadas correlações bivariadas de *Pearson* e um teste estatístico de inferência, tendo em conta os objectivos supra explanados. Os resultados foram analisados de acordo com a significância estatística que apresentam, bem como, segundo efeitos de magnitude, de acordo com os critérios sugeridos por Cohen¹ (1988, 1992).

RESULTADOS

Com o intuito de analisar as atitudes dos sujeitos, face às possibilidades de uso de alguns serviços e ferramentas da Internet, agrupadas em duas dimensões, o *Relacionamento* e o *Anonimato*, recorreu-se a uma análise descritiva dos dados. De acordo com os dados apresentado na Tabela 2, a média ($2.49 \pm .82$) de atitudes face ao relacionamento sugere que a amostra possui atitudes mais desfavoráveis relativamente às práticas de relacionamento na Internet. Relativamente à dimensão *Anonimato*, os dados sugerem uma atitude mais positiva ($3.12 \pm .62$) face ao recurso do mesmo na Internet.



Tabela 2 Dados Descritivos relativamente às atitudes médias da amostra para as dimensões Anonimato e Relacionamento.

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>
Relacionamento	63	2.49	.82
Anonimato	62	3.12	.62
Feminino			
Relacionamento	31	2.32	.65
Anonimato	30	2.94	.65
Masculino			
Relacionamento	32	2.65	.93
Anonimato	32	3.28	.54

Os dados recolhidos a partir do teste estatístico *Independent Sample t-Test* sugerem a existência de diferenças significativas entre os níveis médios de atitude face à dimensão *Anonimato* entre os sexos, feminino e masculino ($t=2.268$; $gl=60$; $p=.027$; $d=0,60$). Desta forma, podemos considerar que o sexo do sujeito exerce uma influência de magnitude moderada sobre os níveis de atitudes face ao anonimato. Uma análise *post-hoc* permite verificar que as diferenças resultam do nível médio de atitudes do sexo feminino ($2.94 \pm .65$) ser estatisticamente inferior ao nível médio de atitudes dos indivíduos do sexo masculino ($3.28 \pm .54$). Neste sentido, os dados sugerem que indivíduos do sexo masculino têm atitudes mais positivas face à utilização do anonimato na Internet, comparativamente com indivíduos do sexo feminino. Para a dimensão *Relacionamento*, o mesmo teste, sugere não existirem diferenças significativas entre os grupos ($t=1.653$; $gl=61$; $p=.104$; $d=0,60$). Este resultado parece dever-se à similaridade entre os níveis médios de atitudes do sexo masculino ($2,65 \pm .93$) e feminino ($2.32 \pm .65$) (cf Tabela 2).

Os dados veiculados na Tabela 3 para a dimensão *Relacionamento*, sugerem que os participantes preferem iniciar os seus relacionamentos *offline* (“*Costumo conhecer mais pessoas(...)*”, “*(...) é mais fácil conhecer pessoas (...)*”, por comparação a iniciar relacionamentos (“*conhecer pessoas*”) através da Internet. Relativamente à dimensão *Anonimato*, os dados sugerem que embora os indivíduos admitam que o anonimato tem vantagens, não parecem recorrer ao mesmo quando utilizam os serviços disponibilizados pela Internet.

Tabela 3 Dados Descritivos para os itens das subescalas Relacionamento e Anonimato

<i>Itens</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>
Relacionamento		
Penso que é mais fácil conhecer pessoas através da Internet	2.43	1.27
Costumo conhecer mais pessoas através da Internet do que pessoalmente	1.60	.99
Não gosto de conhecer pessoas e conversar com elas através da Internet	3.27	1.27
Anonimato		
A possibilidade de anonimato é uma mais-valia da Internet	3.44	1.28
Quando, numa rede social, recebo um convite anónimo sinto desconfiança	2.33	1.22
Nas redes sociais que utilizo coloco dados fictícios quando faço o meu perfil	2.00	1.11



As relações entre os Traços de Personalidade e as atitudes face ao *Anonimato* e ao *Relacionamento* através da Internet foram recolhidas a partir de correlações bivariadas de *Pearson*. De acordo com os dados apresentados na Tabela 4, é possível verificar que, para a totalidade da amostra, não existem correlações significativas entre as atitudes face ao *Anonimato* e ao *Relacionamento* na Internet, e os Traços de Personalidade. No entanto, quando analisados os dados de acordo com o sexo dos indivíduos é possível aferir algumas relações significativas de média magnitude.

Para o sexo feminino, verificam-se relações negativas, de média magnitude, estatisticamente significativas entre o traço *Conscienciosidade* e as dimensões *Anonimato* [$r=-.39$, $n=32$, $p<.05$] e *Relacionamento* [$r=-.38$, $n=32$, $p<.05$], o que sugere que indivíduos do sexo feminino mais conscienciosos têm atitudes mais negativas face ao anonimato e ao relacionamento na Internet. Verificam-se ainda relações negativas, para o sexo feminino, entre o traço *Amabilidade* e ambas as dimensões. Desta forma, indivíduos do sexo feminino mais amáveis possuem atitudes mais negativas face às dimensões consideradas.

Tabela 4 Correlações de Pearson relativas à associação entre as dimensões *Anonimato* e *Relacionamento* e os Traços de Personalidade

Dimensões	Traços de Personalidade				
	Neurot.	Extrov.	Abert Exp.	Amab.	Consci.
Anonimato	-.024	.063	-.183	-.102	-.131
Relacionamento	-.057	.182	-.109	.071	-.056
Feminino					
Anonimato	.166	-.136	-.230	-.342	-.394*
Relacionamento	.205	-.050	.011	-.291	-.383*
Masculino					
Anonimato	-.114	.315	.014	.329	.073
Relacionamento	-.085	.124	-.267	.109	.038

DISCUSSÃO

A presente investigação teve como objectivos (1) explorar as atitudes dos indivíduos face ao *Relacionamento* e ao *Anonimato* na utilização da Internet, 2 (2) analisar as relações entre essas dimensões e os Traços de Personalidade avançados pela teoria dos cinco factores (McCrae & Costa, 1985).

Foram encontradas diferenças significativas entre os dois géneros relativamente às atitudes face ao anonimato, sendo que, indivíduos do sexo masculino parecem ter atitudes mais favoráveis face à possibilidade de recurso ao anonimato nos serviços oferecidos pela Internet. Estes dados, por um lado, corroboram a premissa de que os géneros variam na utilização e importância que atribuem ao anonimato nos relacionamentos através da Internet, mas, por outro lado, parecem contrariar o que a investigação veicula como característico de cada género (e.g., Christopherson, 2006; Flanagin, Tiyaamornwong, O'connor, & Seibold, 2002). Herring (1992) sugere que indivíduos do sexo feminino tendem a perceber a Internet como um ambiente mais ameaçador e distante, pelo que sentem uma maior necessidade de se protegerem através do anonimato. Para Flanagin, et al. (2002), os indivíduos do sexo feminino recorrem ao anonimato como forma de manter um poder social equilibrado na comunicação mediada por computador. No entanto, Wallace (1999) alerta que os indivíduos do sexo feminino orientam-se mais para o contacto e relacionamento com os outros, valorizando a empatia e a troca de emoções e sentimentos. Esta premissa pode explicar os resultados alcançados, uma vez que, os participantes podem entender que o anonimato visual impede uma verdadeira apreensão dos sentimentos e emoções do outro.



Quanto ao Relacionamento, não foram encontradas diferenças significativas entre os géneros sexuais, sugerindo que indivíduos de ambos os sexos apresentam atitudes negativas face à possibilidade de relacionamento na Internet. Embora estes resultados pareçam refutar as estatísticas associadas à utilização da Internet pelos jovens (Araújo, 2009), uma análise do instrumento desenvolvido, para medir as atitudes face ao relacionamento, sugere que, os participantes estão a expressar-se negativamente face ao recurso à Internet para iniciar novos relacionamentos (cf tabela 3). Desta forma, os resultados corroboram dados de investigadores que verificaram que os adolescentes utilizam as ferramentas de relacionamento na Internet essencialmente como uma extensão do relacionamento *offline*, ou seja, os adolescentes parecem utilizar a Internet para manter e reforçar amizades que já possuem no ambiente real (e.g., Boyd, 2008; Gross, 2004; Lenhart, Rainie, & Lewis, 2001; Valkenburg & Peter, 2007).

Relativamente aos Traços de Personalidade, apenas foram identificadas relações significativas para o género feminino. Os resultados sugerem que indivíduos deste género, mais conscienciosos, apresentam atitudes mais negativas face à possibilidade de anonimato e relacionamento na Internet, ou seja, têm uma percepção negativa da utilização do anonimato e preferem conhecer pessoas num ambiente *offline*. Estes resultados são corroborados pela investigação de Landers e Lonsbury (2006), que sugere uma menor utilização de ferramentas de lazer na Internet pelos indivíduos mais conscienciosos. Kaiser et al. (1984) acrescentam ainda que a Internet é um ambiente pouco estruturado e com lacunas ao nível das regras de conduta, características pouco atractivas para indivíduos mais conscienciosos.

Embora a presente investigação constitua um contributo para a compreensão dos processos psicológicos que se relacionam com a utilização da Internet, é possível identificar algumas limitações. Salienta-se a utilização única de análises descritivas e de natureza correlacional que apenas permitem caracterizar e identificar associações entre variáveis, não sendo possível afirmar a direcção das influências e as relações de causalidade entre elas. Adicionalmente considera-se que o facto de a amostra ser constituída inteiramente por estudantes, que é uma população com características específicas, pode ter influenciado alguns dos resultados, nomeadamente a associação entre os Traços de Personalidade e as dimensões *Relacionamento* e *Anonimato*. Em futuras investigações sugere-se que os instrumentos sejam aplicados a uma amostra mais diversificada em termos de idade para procurar identificar diferentes atitudes consoante a faixa etária dos indivíduos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amichai-Hamburger, Y. (2007). Personality, Individual Differences and Internet Use. In Joison, A.N., McKenna, K., Postmes, T. and U.-D. Reips, (Eds.), *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Araújo, V. (2009). *A internet em Portugal: 2009*. Disponível em http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=rel_internet_portugal_2009.pdfem. Acedido em 20 de Janeiro de 2011.
- Bertoquini, V., & Pais-Ribeiro, J. (2006). Brief measures of the neo-PI-R: an examination of the Neo FFI, The Neo -FFI-R, and the Neo FFI-P for the portuguese context. *Psicologia: Teoria, Investigação e Prática*, 11,85-102.
- Boyd, D. M. (2008). Taken out of context: American teen sociality in networked publics. Doctor dissertation. University of California: Berkeley.
- Christopherson, K. (2006). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: "On the Internet, Nobody Knows You're a Dog". *Computers in Human Behavior*, 23, 3038-3056.
- Chou, C., & Peng, H. (2007). Net-friends: adolescents' attitudes and experiences vs. teachers' concerns. *Computers in human behavior*. Vol. 23; 2349-2413.



- Coll, C., Marchesi, A., & Palácios, J. (2004). *Desenvolvimento psicológico e educação* (vol I). Artmed: Porto Alegre.
- Elmer-Dewitt, P. (1994). Battle for the soul of the Internet. *TIME Magazine* 144(4),50-56.
- Flanagin, A. J., Tiyaamornwong, V., O'Connor, J., & Seibold, D. R. (2002). Computer-mediated group work: the interaction of member sex and anonymity. *Communication Research*, 29, 66-93.
- Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook case). Workshop on Privacy in the Electronic Society.
- Gross, E. F. (2004). Adolescent internet use: what we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25, 633-649.
- Hamburger, A. Y., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extroversion and neuroticism and the different uses of the internet. *Computers in Human Behavior*, 16, 441-449.
- Herring, S. (1992), Gender and participation in computer-mediated linguistic discourse. *ERIC Clearinghouse on Languages Linguistic*.
- Joinson, A. N.(2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: the role of self-awareness and visual anonymity, *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-192.
- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 10,1123-1134.
- Landers, R. N., & Lounsbury, J. W. (2006). An investigation of the big five and narrow personality traits in relation to internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, 283-293.
- Lenhart, A., Rainie, L., & Lewis, O. (2001). Teenage life online: the rise of the instant-message generation and the internet's impact on friendship and family relationships. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Disponível em http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf acedido em 23 de Janeiro de 2011.
- Leyens, J. P. & Yzerbyt, V. (2008). *Psicologia Social*. Edições 70: Lisboa.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1985). Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 6, 587-597.
- McKenna, K. Y. A., Green A. S., & Gleason, M.E.J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?. *Journal of Social Issues*, 58, 1, 9-31..
- Orchard, L. J., & Fullwood, C. (2009) Current perspectives on personality and internet use. *Social Science Computer Review*, 28, 155-169.
- Paiva, A. (2008). *A Internet na formação inicial de professores: um estudo em pesquisa de informação*. Dissertação de Mestrado em Comunicação Educacional Multimedia, Universidade Aberta, Lisboa.
- Paiva, J. (2002). *As Tecnologias da Informação e da Comunicação: utilização pelos professores*. Lisboa: Programa Nónio – Século XXI. Ministério da Educação – DAPP.
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, p. (2008). Online communication and adolescent relationship. *The Future of Children*, 18 (1); 119-146.
- Turkle, S. (1997). *A Vida no Ecrã. A identidade na era da Internet*. Relógio d'Água: Lisboa.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Social Consequences of the Internet for Adolescents. *Current Directions in Psychological Science*, 18 (1), 1-5.
- Wallace, A. (1999). *The psychology of the internet*. Cambridge University Press Weinstein: New York.
- Walther, J. B., (1996).Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Wolak, J., Mitchell, K. J., & Finkelhor, D. (2003). Escaping or connecting? characteristics of youth who form close online relationships. *Journal of Adolescence*. 26, 105-119.

¹ r=0,10 é pequeno (associação fraca); r=30 é médio (associação moderada); r=50 é grande (associação forte)