



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

ALINE POGGI LINS DE LIMA

MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: UMA ANÁLISE DA MÍDIA DE OLHO NA CI NA
PERSPECTIVA DA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

JOÃO PESSOA, PB
2013

ALINE POGGI LINS DE LIMA

**MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: UMA ANÁLISE DA MÍDIA DE OLHO NA CI NA
PERSPECTIVA DA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Ciência da Informação,
como requisito parcial para obtenção do grau
de Mestre em Ciência da Informação.

Linha de pesquisa: Ética, Gestão e Políticas
de Informação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Isa Maria Freire

JOÃO PESSOA, PB
2013

L732m Lima, Aline Poggi Lins de.
Mídias sociais na *WEB*: uma análise da mídia De olho na
CI na perspectiva da disseminação da informação / Aline Poggi
Lins de Lima.-- João Pessoa, 2013.
121. : il.
Orientadora: Isa Maria Freire
Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCSA
1. Mídia - aspectos sociais. 2. Redes sociais - *Internet*.
3. Disseminação da informação. 4. Profissionais da
Informação.

UFPB/BC

CDU: 316.774(043)

ALINE POGGI LINS DE LIMA

**MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: UMA ANÁLISE DA MÍDIA DE OLHO NA CI NA
PERSPECTIVA DA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Ciência da Informação,
como requisito parcial para obtenção do grau
de Mestre em Ciência da Informação.

Linha de pesquisa: Ética, Gestão e Políticas
de Informação.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Isa Maria Freire
(Orientadora – Universidade Federal da Paraíba)

Prof^a. Dr^a. Aida Varela Varela
(Membro Externo – Universidade Federal da Bahia)

Prof. Dr. Júlio Afonso Sá de Pinho Neto
(Membro Interno – Universidade Federal da Paraíba)

Prof^a. Dr^a. Emeide Nóbrega Duarte
(Suplente Membro Interno – Universidade Federal da Paraíba)

Profa. Dr^a. Lebiã Tamar Silva Bezerra
(Suplente Membro Externo – Universidade Federal da Paraíba)

AGRADECIMENTOS

Um dia sonhamos, pedimos e lutamos para colher os frutos daquilo que um dia foi por nós idealizado. Em minha trajetória de vida e por tudo que já passei e alcancei, aprendi que devemos agradecer por aquilo que nos acontece: por aquela folha que cai; por mais um raio de sol em nossa janela: por aquela mão amiga que nos ampara; pelos pensamentos positivos; pelas energias boas transmitidas na caminhada; e por Deus nunca nos abandonar e sempre dizer ao nosso ouvido: “Filha, Eu estou e estarei sempre ao teu lado!”. Enfim, todas as pessoas que passam por nossa vida são importantes e merecem nosso reconhecimento, por isso, gostaria de agradecer:

Primeiramente a Deus, por ter me permitido o dom da vida, pela saúde restaurada para que hoje eu possa estar concluindo o Mestrado firme, forte e segura de mim. Obrigada meu Deus, por existires em minha vida e por fazeres dela uma preciosidade para Ti.

Aos meus pais, pelos ensinamentos, acolhimentos, e por manter viva em mim, a perseverança e a persistência de que tudo dará certo. Basta crer. Devo tudo o que sou e o que serei a vocês.

Ao meu esposo Rodrigo, pelo incentivo, maturidade, respeito e compreensão em que, muitas vezes, precisei estar ausente e dedicar-me a ele um pouco menos, face aos compromissos acadêmicos. E por sempre mostrar-se presente.

À minha orientadora, a professora Isa Maria Freire, por ter confiado e investido em mim. Pelo apoio e os grandes ensinamentos durante a minha trajetória no mestrado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (Capes), pela disponibilização da bolsa para realização do mestrado.

À Banca, professores Dra. Aida Varela Varela (UFBA) e Dr. Júlio Afonso Sá de Pinho Neto pelas contribuições apresentadas para o melhoramento e encaminhamento desta pesquisa.

Aos professores, Carlos Xavier, Gustavo Freire, Joana Coeli, Edvaldo Carvalho e Emeide Duarte pelos ensinamentos transmitidos e que souberam nos instruir de maneira sábia cumprindo os seus propósitos com dignidade e perfeição.

Aos colegas de sala de aula, por compartilharem momentos únicos nos quais firmamos mais um degrau em nossas vidas. Em especial, a Glicia Lany, Tatiana Falcão, Karlene Braga e Sandra Santana pelos períodos em que me confortaram, me escutaram, sorriram comigo e me levantaram nos momentos em que fraquejei, pois formamos laços de amizade além da vida acadêmica.

Aos secretários do PPGCI/UFPB, Elton Bruno, Franklin Kobayashi e Antônio por toda assistência prestada.

À Giovanna Guedes, pelo apoio e companheirismo durante todo o mestrado, no estágio docência e partilha em todo meu processo de aprendizagem.

À Gláucia Pontes e Janieire Soares, pelos estudos e noites em claro dedicados na tentativa da aprovação no mestrado e pelo apoio de sempre nesta jornada. Dedico a vocês todo o meu empenho e meu título de Mestre.

Aos colegas, Maurício Junior, Nonato Ribeiro, Breno Oliveira e Cristiano Santana pela paciência e total apoio a esta pesquisa. Sempre disponíveis a oferecer informações e ajudas técnicas.

Aos meus parentes que, direta ou indiretamente, me apoiaram através de palavras de motivação visando o meu sucesso acadêmico e profissional.

Por fim, agradeço a todos os meus amigos que, de uma forma ou de outra, contribuíram com esta pesquisa, se importando sempre comigo através de elogios e críticas construtivas.

Que Deus abençoe a cada um e derrame sobre todos vocês, as Suas bênçãos.

Dedico este trabalho

*À minha família para quem sou eternamente grata
por ser sempre a minha fortaleza
por me mostrar os caminhos da dignidade e da honestidade:
mãe (Alzenira), pai (Gladystone), esposo (Rodrigo) e Thiago (irmão).*

A felicidade aparece para aqueles que choram.

Para aqueles que se machucam.

Para aqueles que buscam e tentam sempre.

*E para aqueles que reconhecem a importância
das pessoas que passam por suas vidas.*

(Clarice Lispector)

RESUMO

A presente pesquisa aborda o De olho na CI na perspectiva das mídias sociais da rede *Internet* – *Blog, Twitter e Facebook* -, vistas como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na *Internet* (RSI), e as mesmas como meio de disseminação da informação. Teve como objetivo principal analisar como se processa a disseminação de interesse para os profissionais da informação através das mídias sociais De olho na CI. Adota o referencial da pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, utilizando parte dos métodos da etnografia virtual, a observação participante e o diário de campo para coleta dos dados. Analisa os dados a partir da perspectiva da análise documental, ligada ao contexto da pesquisa na *internet*, unindo-se à Análise de Redes Sociais a fim de alcançar os objetivos propostos na pesquisa. Concluiu-se, durante a pesquisa, que as mídias sociais De olho na CI possibilitam a ocorrência de redes sociais na *internet* e que as mesmas mostraram um crescimento relevante dentro da rede *internet* e entre os profissionais da informação que buscam conhecimentos para sua formação profissional.

Palavras-chave: Mídias sociais. Redes sociais - *Internet*. Disseminação da informação. Profissionais da Informação.

ABSTRACT

This research addresses the *De olho na CI* in the perspective of the following social media: Internet - Blog, Twitter and Facebook - viewed as resources capable of developing Social Networks on the Internet (SNI), and as a means of information dissemination. Its main aim was to analyze how the dissemination of interest for information professionals occurs through the social media *De olho na CI*. It adopts the reference of being a descriptive research, of qualitative approach, using part of the methods of virtual ethnography, participant observation and field diary for data collection. Data were analyzed from the perspective of documental analysis, linked to the context of web search, joining the Social Network Analysis in order to achieve the objectives proposed in the research. It was concluded, during the research, that the social media *De olho na CI* enable the occurrence of social networks on the internet and that they showed significant growth between the internet network and the information professionals seeking knowledge for their professional training.

Keywords: Social media. Social networking - Internet. Dissemination of information. Information Professionals

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Diferenças entre a <i>Web 1.0</i> e a <i>Web 2.0</i>	31
FIGURA 2: Interface do RobotWisdom.....	45
FIGURA 3: Dados no <i>Facebook</i> no Brasil.....	52
FIGURA 4: Interface do <i>Blog</i> De olho na CI.....	55
FIGURA 5: Interface do <i>Twitter</i> do <i>Blog</i> De olho na CI.....	56
FIGURA 6: Interface do <i>Facebook</i> do <i>Blog</i> De olho na CI.....	56
FIGURA 7: Comunicado <i>TweetAuditor</i>	62
FIGURA 8: Detalhes do <i>Klout</i>	63
FIGURA 9: Seções do <i>blog</i> De olho na CI.....	70
FIGURA 10: Mapa de produção das notícias.....	74
FIGURA 11: Campo de preenchimento dos comentários.....	76
FIGURA 12: Detalhe das seções <i>Infohome</i> e <i>Blog</i> Beth Baltar.....	76
FIGURA 13: Ícones de acesso aos arquivos.....	78
FIGURA 14: Perfil dos usuários do <i>Facebook</i>	81
FIGURA 15: Rede de filiação do <i>blog</i>	83
FIGURA 16: Dados de visitas no <i>blog</i> pelo <i>Google Analytics</i>	87
FIGURA 17: Localização dos leitores no <i>ClustrMaps</i>	89
FIGURA 18: Comentários e compartilhamentos no <i>Facebook</i>	91

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Principais características da <i>Web 2.0</i>	33
QUADRO 2: Características das mídias sociais.....	43
QUADRO 3: Dez tecnologias de métricas e monitoramentos.....	60

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Pessoas que curtem a <i>fanpage</i> De olho na Cl.....	80
GRÁFICO 2: Faixa etária do público-leitor do <i>Facebook</i>	81
GRÁFICO 3: Crescimento dos seguidores do <i>Twitter</i>	82
GRÁFICO 4: Visitantes únicos.....	86
GRÁFICO 5: Número de páginas visitadas.....	86
GRÁFICO 6: Acessos mensais ao <i>blog</i> pelo <i>Google Analytics</i>	88
GRÁFICO 7: Acesso ao <i>Blog</i> através do <i>Facebook</i> De olho na Cl.....	92
GRÁFICO 8: Temáticas das notícias mais acessadas.....	94

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CI	Ciência da Informação
RSI	Redes Sociais da <i>Internet</i>
UNIPÊ	Centro Universitário de João Pessoa
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
CMC	Comunicação Mediada por Computadores
FPRS/PB	Fórum Permanente de Responsabilidade Social da Paraíba
AMAZONA	Associação de Prevenção à AIDS
CUT	Central Única dos Trabalhadores
FIEP/SESI	Federação das Indústrias da Paraíba
ONU/PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
UFPB/SIUSP	Secretaria de Integração Universidade–Setor Produtivo da Universidade Federal da Paraíba
CBBD	Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação
RS	Responsabilidade Social
PPGCI	Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
PBCIB	Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia
LT <i>i</i>	Laboratório de Tecnologias Intelectuais
Capes	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
ANCIB	Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação
EDICIC	Associação de Educação e Pesquisa em Ciência da Informação da América Latina e Caribe
ABECIN	Associação Brasileira de Educação em Ciência da Informação
SBPC	Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência
ANPOCS	Portal das Ciências Sociais Brasileiras
AAB	Associação dos Arquivistas Brasileiros
CFB	Conselho Federal de Biblioteconomia

ABM	Associação Brasileira de Museologia
DCI	Departamento de Ciência da Informação
CCS	Centro de Ciências da Saúde
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	OBJETIVOS	20
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
3.1	ASPECTOS HISTÓRICOS E TEÓRICOS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO.....	21
3.2	A EVOLUÇÃO CULTURAL, A INFORMAÇÃO E O CONHECIMENTO	26
3.3	WEB 2.0: DA COMUNICAÇÃO À SOCIABILIDADE	30
3.4	DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO E O PAPEL DOS PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO.....	34
3.5	A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E A EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA <i>INTERNET</i>	38
3.6	AS MÍDIAS SOCIAIS E SUA RELAÇÃO COM AS RSI.....	41
3.6.1	<i>Blogs, Twitter, Facebook: tecnologias de disseminação da informação.....</i>	44
3.6.2	<i>Sobre o Twitter</i>	49
3.6.3	<i>Sobre o Facebook</i>	50
4	PERCURSO METODOLÓGICO	54
4.1	CAMPO EMPÍRICO	54
4.2	PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DA PESQUISA	57
4.2.1	Relatos de uma navegante: o diário virtual	59
5	ANALISANDO OS RESULTADOS E ALCANÇANDO OS OBJETIVOS....	68
5.1	DESVENDANDO AS MÍDIAS SOCIAIS DE OLHO NA CI	68
5.2	DESENHANDO O PERFIL DOS USUÁRIOS	79
5.3	MAPEANDO A REDE DE FILIAÇÃO DE OLHO NA CI	83
5.4	AS MÍDIAS SOCIAIS DE OLHO NA CI: SUAS INTERAÇÕES E ACESSOS	85
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS	100
	APÊNDICES	107
	ANEXOS	112

1 INTRODUÇÃO

A informação, na perspectiva da Responsabilidade Social (RS), foi um tema que acompanhou esta pesquisadora desde a sua graduação em Administração cursada no Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ). Ao participar da Oficina de Criatividade Científica, em 2010, coordenada pela professora Isa Maria Freire, percebemos que essa trilha nos conduzia à Ciência da Informação.

A princípio, o objetivo era investigar o Fórum Permanente de Responsabilidade Social da Paraíba (FPRS/PB) sediado na Secretaria de Integração Universidade Setor Produtivo (SIUSP), no prédio da Reitoria da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Por isso, produzimos um anteprojeto de pesquisa, o qual foi aprovado na seleção do Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/UFPB). O FPRS/PB havia sido criado em abril de 2007 e sua rede social funcionava como um espaço de debate democrático voltado para o aprofundamento da reflexão, o debate de ideias, a formação de proposições, a livre troca de experiências e a articulação para ações coletivas, bem como, através da mesma, disseminar informação de interesse às organizações e à sociedade em geral. Os idealizadores e articuladores desta rede foram:

- a) Associação de Prevenção à AIDS – AMAZONA;
- b) Central Única dos Trabalhadores – CUT;
- c) Federação das Indústrias da Paraíba – FIEP/SESI;
- d) Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – ONU/PNUD;
- e) Secretaria de Integração Universidade–Setor Produtivo da Universidade Federal da Paraíba – UFPB/SIUSP;
- f) Curso de Administração – UNIPÊ.

É pertinente dizer que analisar o conteúdo informacional, advindo da rede social do FPRS/PB, contribuiria para dar maior publicidade ao mesmo e às questões relacionadas à transmissão da informação necessárias à construção de uma sociedade mais equitativa, bem como à promoção de práticas sociais. Diante disso, tínhamos naquele momento, o objetivo de analisar como o FPRS/PB se utilizava da sua rede

social para disseminação da informação e do conhecimento de interesse para organizações e para a sociedade em geral. No decorrer da pesquisa, iríamos descrever o regime informacional existente no FPRS/PB desenhando o perfil dos atores sociais da rede. Investigando, assim, os fluxos de informação no FPRS/PB e os meios para otimizar sua disseminação na rede social do Fórum.

Com o projeto de pesquisa pronto e já aprovado partimos para a pesquisa propriamente dita, melhorando nosso referencial teórico e metodológico. Surgiu, então, a oportunidade de encaminhar o projeto para o XXIV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (CBBB), ocorrido no período de 07 a 10 de agosto de 2011, em Maceió. O mesmo foi aceito e apresentado para vários profissionais da área. Contudo, no final de 2011, surgiu um obstáculo intransponível, que mudaria nossa trajetória de estudos no Mestrado: a SIUSP foi fechada e junto com ela, o FPRS/PB, objeto do nosso estudo.

Com esta mudança ocorrida no planejamento da pesquisa foi dado um novo direcionamento ao projeto. A experiência na editoria do *Blog De olho na CI* proporcionou a identificação de um novo objeto de estudo no campo da Ciência da Informação (CI). Desta forma, esta pesquisa abordou o De olho na CI na perspectiva das mídias sociais *Blog*, *Twitter* e *Facebook*, vistas como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na *Internet* (RSI) e as mesmas como meio de disseminação da informação.

O âmagno no contexto deste novo objeto de estudo é representado pela seguinte questão: Como se processa a disseminação da informação de interesse para os profissionais da informação através das mídias sociais De olho na CI? Questões decorrentes desta são:

- a) Em qual contexto essas mídias foram criadas?
- b) Quais objetivos direcionam o processo de disseminação?
- c) Quais são as fontes de informação utilizadas?
- d) Quem são os usuários?

Como proposta de trabalho, a pesquisa objetivou uma reflexão referente ao De Olho na CI e suas mídias sociais *Blog*, *Twitter*¹ e *Facebook*² como tecnologias para a disseminação da informação relevante para profissionais das áreas de Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Memória Social e Museologia.

O *blog* De olho na CI é uma mídia social criada pela revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), com o intuito de promover maior aproximação entre seu público-alvo (profissionais da informação) e os acontecimentos no campo da Ciência da Informação. O projeto acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LT*i* da UFPB e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). As mídias sociais, tanto do *Twitter* como do *Facebook*, foram criadas para desenvolver uma melhor interação entre o público-alvo e os agentes disseminadores da informação e conhecimento.

É pertinente dizer que consideramos relevante analisar as mídias sociais De olho na CI - *blog*, *Twitter* e *Facebook*, pois nos desvelam questões relacionadas à transmissão da informação no meio virtual de comunicação, de fundamental importância na sociedade em rede. Este estudo tornou-se relevante, também, por ser um tema em expansão no campo da Ciência da Informação, o que descortina novos horizontes de estudos no tocante às mídias sociais virtuais como tecnologias de disseminação da informação, para a sociedade em geral e, especialmente, para os profissionais da informação.

Organizamos esta dissertação em seis seções: na introdução, tratamos do tema a ser investigado; o que nos levou a estudar as mídias sociais De olho na CI justificando tal escolha; a problemática da pesquisa e como o objeto foi abordado no decorrer da pesquisa. No segundo capítulo apresentamos o objetivo geral e os específicos.

O terceiro capítulo versa sobre a fundamentação teórica a fim de explanar melhor o tema abordado na dissertação. Subdividimos este capítulo em seis subseções. No item 3.1 apresentamos uma reflexão sobre os aspectos históricos e

¹ *Twitter* De olho na CI: www.twitter.com/DeolhonaCI

² *Facebook* De olho na CI: <http://www.facebook.com/pages/De-olho-na-CI/127091790728242>

teóricos da CI trazendo autores clássicos e importantes para a área, além de tratar do surgimento e evolução da Ciência da Informação, a sua pós-modernidade e a importância de Paul Otlet para a CI e, consequentemente, para nossa pesquisa. Na subseção 3.2, apresentamos a evolução cultural da sociedade, como o conhecimento foi se consolidando ao longo da história e nas diferentes culturas, além de apresentar alguns conceitos de informação e sua representação na sociedade.

No item 3.3, “*Web 2.0: Da comunicação à sociabilidade*”, apresentamos a definição de *Web 2.0*, suas características e as principais diferenças em relação à *Web 1.0*. Na subseção 3.4 trazemos autores definindo a disseminação da informação e a importância da *internet* e das mídias sociais neste contexto. Ao final, mostramos o impacto do uso das tecnologias de comunicação e informação na disseminação e na capacitação dos profissionais da informação. O item 3.5 trata da sociedade da informação e a evolução das redes sociais na *internet*, mostrando a relevância da *internet* para a sociedade atual e a relação muito forte com as tecnologias digitais e com o mundo virtual. Contextualizamos o conceito de redes e de redes sociais na *internet* como um meio de interligar pessoas com características e interesses em comum. Na última subseção 3.6 apresentamos as mídias sociais, sua definição, características e sua diferença em relação ao termo redes sociais. Abordamos, de forma detalhada, conceitos e características de *blogs*, *twitter* e *facebook* fazendo uma relação com o objeto de estudo.

Na quarta seção, “*Percurso metodológico*” descrevemos a metodologia apresentada para alcançar os objetivos, a natureza da pesquisa, o campo empírico e sua situação atual. Apontamos os instrumentos e métodos utilizados para cumprirmos a fase de coleta de dados. Na quinta seção, “*Analisando os resultados e alcançando os objetivos*” mostramos a forma pelo qual foram analisados os dados baseados na etnografia virtual, também chamada de netnografia, descrevendo o que foi relatado no diário virtual. Tudo isso, além da interpretação dos dados, onde apresentamos os resultados obtidos na pesquisa relacionando-os com o referencial teórico do estudo.

Por fim, chegamos à última seção que trata das “*Considerações finais*”, na qual buscamos sintetizar os resultados da pesquisa e demonstramos sua importância para

os profissionais da informação e para outras pesquisas que venham a surgir a partir desta.

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

Analisar o processo de disseminação da informação de interesse para os profissionais da informação através das mídias sociais De olho na CI.

2.2 Específicos

- a) Descrever a estrutura, processos e conteúdos das mídias sociais De olho na CI;
- b) Desenhar o perfil dos usuários do *Facebook* e *Twitter* De olho na CI;
- c) Mapear uma rede de filiação do *blog* De olho na CI;
- d) Observar as interações e acessos existentes dentro das mídias sociais De olho na CI.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A CI e as mídias sociais estão intrinsecamente ligadas no que se refere à disseminação da informação e do conhecimento, sobretudo na atualidade, por meio das tecnologias de informação e comunicação, as quais possibilitam que esta disseminação aconteça de forma mais dinâmica e veloz, como ocorrem no ambiente das redes sociais na *internet* e nas tecnologias de comunicação como os *blogs*, *Twitter* e *Facebook*. Nesse contexto, procuramos fundamentar nossa pesquisa em aspectos teóricos e históricos da Ciência da Informação mostrando sua relação com o ciberespaço e com as mídias sociais digitais.

3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS E TEÓRICOS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Muito antes que se ouvisse falar do surgimento da escrita, o conhecimento era pessoal e transmitido através da fala, de forma oral. Em meio à revolução científica e técnica e, mais adiante, com a II Guerra Mundial, eclode um imenso volume de informação e conhecimento, e junto a ele, a emergência de se tornar mais acessível esse acervo crescente de conhecimento. A Ciência da Informação veio dar o aporte necessário a toda problemática relacionada à informação e ao conhecimento.

Refletindo sobre os primórdios da CI, Barreto (1992), citado por Freire e Freire (2010, p. 39), relata o volume de informação da época, bem como a Conferência de Informação Científica da *Royal Society* em Londres, um marco significativo para a Ciência da Informação:

No pós-guerra de 1948, o volume de informações acumuladas e mantidas em segredo por força da própria guerra, foi colocado à disposição da sociedade. Os métodos tradicionais de organização e controle da informação, existentes na época, não conseguiram resolver de forma competente o problema do enorme fluxo de informação.

Ainda em 1948, reunidos na *Royal Society*, em Londres, cientistas de áreas consideradas nobres, como a física, a química e biologia, resolveram assumir o desafio da organização e controle da informação, desde que esta tarefa não compromettesse o seu *status* acadêmico. Começou assim, pelo menos na Inglaterra, o tratamento da informação como ciência.

Sobre o processo evolutivo da CI, Pinheiro (2005, p.14) nos mostra que a mesma aflora de “[...] correntes de pensamento oriundas de diferentes continentes, regiões e culturas, principalmente dos Estados Unidos, Inglaterra e a antiga União Soviética, países onde os avanços da Ciência da Informação ocorreram e ocorrem de forma mais acentuada”. Nesses países, podemos relembrar alguns dos eventos importantes para a nossa área, tais como as duas Conferências sobre Biblioteconomia e Documentação promovidas pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) em 1950; a publicação do *American Documentation* e do *Nauchno-Tekhnicheskaya Informatsiya*, na URSS em 1950; a criação do VINITI³, em Moscou (URSS) em 1952; a Conferência de Especialistas em Ciência da Informação, no *Georgia Institute of Technology* (EUA), no qual a denominação Ciência da Informação torna-se predominante em 1962 (FREIRE, 2001).

Numa perspectiva histórica, podemos destacar os visionários da universalidade do conhecimento humano, Paul Otlet e Henri La Fontaine, que assinalaram o paralelismo surpreendente entre suas representações (FREIRE, 2006). A criação do Instituto Internacional de Bibliografia surgiu da necessidade emergida no final do século XIX, onde os problemas bibliográficos começavam a tornar-se complexos para os pesquisadores que não encontravam nas bibliotecas, meios de acesso aperfeiçoados a documentos cada vez mais variados. Havia então, a “[...] necessidade de uma nova tecnologia, de um novo conjunto de técnicas para organizar, analisar os documentos, descrevê-los, resumi-los, técnicas que diferem das técnicas biblioteconômicas tradicionais [...]”, tecnologia essa denominada documentação, que não utilizava técnicas convencionais de organização e análise, não mais apenas de livros, mas de qualquer documento (LE COADIC, 2004, p. 17).

Para Barreto (2007, p. 19), Paul Otlet “[...] sonha em facilitar o acesso do maior número de pessoas à informação graças a um complexo conjunto de bibliotecas conectadas por canais telegráficos e telefônicos”. Para tal, Freire (2006) exemplifica o

³ VINITI - *Vserossiyskiy Institut Nauchnoi Tekhnicheskoi Informatsii*, vinculado à Academia de Ciências da Rússia. (FREIRE, 2001, p. 29)

que foi dito acima acerca da técnica da classificação criada por Otlet: a Classificação Decimal Universal (CDU). Assim, Barreto (2007, p. 19) descreve que:

O Paul Otlet (1868-1944) junto com o prêmio Nobel da Paz de 1913, Henry la Fontaine deu ao mundo, no período antes da primeira guerra, diversas organizações para disseminação do conhecimento: o Instituto Internacional de Bibliografia (1895), uma biblioteca internacional e sociedades e associações para montar uma rede de conhecimento mundial.

Dada à importância de Paul Otlet para a CI, trazemos uma reflexão de Santarem Segundo (2011, p. 110), na qual o autor confirma a relevância que Otlet tem não só para a área, mas também para a nossa pesquisa:

A Ciência da Informação tem em Paul Otlet um de seus precursores, sobretudo quando citamos O Tratado da Documentação, publicado por ele em 1934. Associar, portanto, a sua imagem a de uma rede social [ou mídia social] tem como principal finalidade mostrar que grande parte do que Otlet previu está estabelecido nos dias de hoje.

Sobre a Ciência da Informação, uma das definições mais utilizadas na literatura vem a ser a de Borko (1968, p. 3), o qual nos revela que a “CI é a disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que governam seu fluxo, e os meios de processá-la para otimizar sua acessibilidade e uso”. Freire e Freire (2010) resumem as características fundamentais da nova disciplina científica, pois trata da interdisciplinaridade quando relacionam a Ciência da Informação com a Matemática, a Lógica, a Tecnologia da Informação, a Biblioteconomia, a Administração e outras disciplinas, bem como a forte inter-relação entre teoria e a prática, quando remete aos componentes de uma ciência aplicada que cria produtos e serviços. Já para Vannevar Bush (1945), como pode ser visualizado em Saracevic (1995), a Ciência da Informação emerge com um problema crítico à época: a tarefa de tornar mais acessível um gigantesco estoque de conhecimentos advindos da explosão informacional decorrente da revolução técnico-científica. Observou-se, então, a necessidade de tornar disponível o acervo de informações relevantes àquela época.

Para Freire (2008), houve uma multiplicação em torno das áreas das atividades científicas derivadas do aumento das produções de novos conhecimentos que se acumulavam nas bibliotecas e nos centros de documentação. Dentre essas áreas,

surge a Ciência da Informação que propôs “[...] trabalhar a organização e a comunicação do conhecimento científico, público e privado, armazenado em estoques de informação impressos e digitais” (FREIRE, 2008, p. 3). Assim, a CI, com uma visão socialista, volta-se para solucionar problemas relativos ao conhecimento científico revelando a importância da organização da informação científica e tecnológica e sua comunicação dentro do campo científico (FREIRE, 2001). A autora ainda enfatiza que:

[...] as bases da Ciência da Informação surgem a partir da emergência do paradigma do conhecimento científico na sociedade ocidental, cuja divulgação se apoiou na invenção da imprensa, em paralelo à institucionalização das universidades e à criação das primeiras associações científicas (FREIRE, 2008, p. 3).

Com a invenção da imprensa, o manuseio dessas informações, seu tratamento e sua disseminação tiveram um alcance antes não imaginado. Esse desenvolvimento proporcionou que a informação pudesse circular e alcançar grande parte da sociedade. Sobre esse período, Freire (2006, p.8) descreve que:

Inicia-se, então, um processo de comunicação científica, na medida em que a produção de conhecimentos gera, por sua vez, a necessidade de novos conhecimentos. Isso merece ser destacado, uma vez que nesse período foram iniciadas as bases da nossa sociedade atual, que começou a ser construída quando as associações científicas foram criadas e os primeiros periódicos científicos são publicados, dando início à formalização do processo de comunicação científica.

Alguns aspectos teóricos marcaram a trajetória da Ciência da Informação. No século XXI, ainda permeiam diversas discussões entre pesquisadores e historiadores quanto à predominância da ciência moderna ou surgimento da ciência pós-moderna, o que reflete em pesquisas acerca do paradigma dominante e o paradigma emergente levantado por Boaventura Santos em 1988. No que se refere à constituição das ciências sociais e suas principais vertentes, Santos (1988, p. 62) nos traz uma reflexão:

As próprias ciências sociais constituíram-se no século XIX segundo os modelos de racionalidade das ciências naturais clássicas e, assim, a égide das ciências sociais, afirmada sem mais, pode revelar-se ilusória. Referi, contudo, que a constituição das ciências sociais teve lugar segundo duas vertentes: uma mais diretamente vinculada à epistemologia e à metodologia positivistas das ciências naturais, e outra, de vocação antipositivista, caldeada numa tradição filosófica complexa, fenomenológica, interacionista, mito-simbólica, hermenêutica, existencialista, pragmática, reivindicando a especificidade do estudo da sociedade, mas tendo de, para isso, pressupor uma concepção mecanicista da natureza.

Correlacionando com o exposto, Santos (1995, p. 10) descreve como se deu o início do paradigma dominante e o modelo global de racionalidade científica que se diferenciava entre o senso comum e os estudos humanísticos:

O modelo de racionalidade que preside à ciência moderna constitui-se a partir da revolução científica do século XVI e foi desenvolvido nos séculos seguintes basicamente no domínio das ciências naturais. Ainda que com alguns prenúncios no século XVIII, é só no século XIX que este modelo de racionalidade se estende às ciências sociais emergentes.

A ciência moderna foi constituída contra o senso comum, que para a época era considerado superficial, falso e até mesmo ilusório. O autor continua sua reflexão afirmando que por ser um modelo global, a nova racionalidade científica é também um modelo totalitário, “[...] na medida em que nega o carácter racional a todas as formas de conhecimento que se não pautarem pelos seus princípios epistemológicos e pelas suas regras metodológicas” (SANTOS, 1995, p. 11). Tornando-se assim, uma característica fundamental e a que melhor simboliza a ruptura do novo paradigma científico [emergente] com os que o precedem [dominante]. A crise do paradigma dominante é o resultado interativo de uma pluralidade de condições, para o autor, condições sociais e teóricas. O autor afirma que o paradigma que emergiu após a Revolução Científica, não pode ser apenas um paradigma científico [de um conhecimento prudente], tem de ser também um paradigma social [o paradigma de uma vida decente]. Santos (1995, p. 39-40) explica que:

O conhecimento do paradigma emergente tende assim a ser um conhecimento não dualista, um conhecimento que se funda na superação das distinções tão familiares e óbvias que até há pouco considerávamos insubstituíveis, tais como natureza/cultura, natural/artificial, vivo/inanimado, mente/matéria, observador/ observado, subjetivo/objetivo, coletivo/individual, animal/pessoa.

Para o autor, essa dicotomia tende a revalorizar os estudos humanísticos. Na ciência moderna, o conhecimento avança pela especialização. E para o paradigma emergente, o conhecimento é total, é um conhecimento sobre as condições de possibilidades. Santos (1995) assegura que a ciência pós-moderna afirma que nenhum conhecimento é racional. Apenas, a configuração de todas elas é racional. É nela que se tenta dialogar com outras formas de conhecimento, deixando-se penetrar por elas, havendo assim, uma forma de interdisciplinaridade. É o que nos mostra Freire (2001, p. 7), quando ressalta que:

Torna-se necessário, do ponto de vista do fenômeno da informação, o desenvolvimento de abordagens teóricas e metodológicas que favoreçam a interdisciplinaridade, ou seja, que permitam o relacionamento teórico da Ciência da Informação com outras áreas do estudo científico.

Nesse contexto, a ciência pós-moderna para Santos (1995, p. 55-56) “[...] procura reabilitar o senso comum por reconhecer nesta forma de conhecimento algumas virtualidades para enriquecer a nossa relação com o mundo”, valorizando a relação existente com o senso comum e suas inter-relações com outras áreas do conhecimento.

3.2 A EVOLUÇÃO CULTURAL, A INFORMAÇÃO E O CONHECIMENTO

Na história moderna, as culturas nacionais têm dominado a “modernidade” e as identidades nacionais tendem a se sobrepor a outras fontes, mais particulares de identificação cultural (HALL, 2001). Essas identidades culturais estão sendo cada vez mais deslocadas pelos processos de mudanças decorrentes da globalização. Segundo o autor, estas identidades nacionais estão se desintegrando em pleno declínio, mas novas identidades estão surgindo no lugar destas. Geertz (1978), assim como Max Weber acredita que o conceito de cultura seja essencialmente semiótico:

[...] o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, [...] como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, a procura do significado. (GEERTZ, 1978, p. 15)

Morin (2003), citado por Silva (2006, p. 15), reflete sobre o termo cultura afirmando que a mesma é “[...] a emergência fundamental própria da sociedade humana”. Ainda sobre cultura, Silva (2006) sinaliza que ela concentra um duplo capital: de um lado o capital cognitivo e técnico que se refere às práticas, saberes, regras; e do outro, o capital mitológico e ritual que remete às crenças, normas, proibições e valores. Logo, pode-se observar que a cultura dispõe de uma linguagem própria e muito diversificada, que nos permite uma comunicação e transmissão desse capital entre os indivíduos e de geração em geração. Silva (2006) traz uma indagação, a saber: por que modo a Ciência da Informação, estudando a informação, contribui para o estudo e para o enriquecimento do conceito de cultura sem fraturas, divisórias clássicas ou grupais, promovendo assim a religação epistemológica dos saberes e das práticas.

Diante do exposto, podemos observar como o conhecimento foi se consolidando ao longo da história e nas diferentes culturas. Na Idade Medieval, as universidades eram consideradas como transmissoras dos saberes. Elas deviam concentrar-se apenas na transmissão do conhecimento e não na sua descoberta (BURKE, 2003). Na medida em que o tempo foi passando, e após a Revolução Científica, o domínio do conhecimento foi tomando novos rumos e novas sociedades intelectuais foram criadas. Nelas eram oferecidas oportunidades para inovação - novas ideias, novas abordagens, novos tópicos – e para os inovadores, fossem ou não academicamente respeitáveis. O incentivo à discussão nesses lugares, também merece destaque. No século XVIII são criadas organizações de fomento à pesquisa e a palavra “pesquisa” surge em diversas línguas e deriva da origem comum “busca” e já passa a ser encontrada em títulos de livros (BURKE, 2003).

O sentido da pesquisa, para Burke (2003, p. 49), “[...] estava ligado à ideia de que o estoque de conhecimento não era constante em qualidade ou quantidade, mas podia ser ‘aumentado’ e ‘aperfeiçoado’”. A invenção da imprensa transformou os manuscritos da época em um tipo particular de documento e levou ao seu armazenamento em separado, numa parte especial das bibliotecas ou em prédio

próprio. Com isso, a disseminação da informação e do conhecimento começou a se propagar de maneira mais veloz.

A informação, para Zeman (1970, p. 160), pode até se modificar com o tempo, mas não se desgasta, “[...] o processo de aquisição da informação está ligado ao tempo”. Para o autor, em cada situação particular só é possível obter uma quantidade máxima de informação. Zeman (1970, p. 162) explica ainda que “[...] a informação não existe fora do tempo, fora do processo: ela aumenta, diminui, transporta-se e conserva-se no tempo”. Silva (2006, p. 24) entende informação “[...] como um fenômeno humano e social, que deriva de um sujeito que conhece, pensa, se emociona e interage como o mundo sensível à sua volta e a comunidade de sujeitos que se comunica entre si”, situando assim a informação entre o conhecimento e a comunicação. Para Farradane (1980), a informação pode ser transmitida diretamente para um destinatário por meio do discurso, que geralmente é menos preciso do que o ato de escrever, mas que oferece vantagens de ser repetido de várias maneiras, especialmente depois de receber o *feedback* do receptor. O autor enfatiza ainda que:

A comunicação verbal pode ser mais importante no campo da educação, mas não deve ser negligenciada em ciência da informação. Em geral, porém, a ciência da informação tem se preocupado principalmente com a informação escrita, em especial de que trata a sistemas de recuperação de informação. É preciso que muitas das transformações e as possíveis distorções que sofrem as informações em processos que ocorrem antes que o receptor pode ver a informação, ou seja, edição, impressão e conversão como abstração, indexação, codificação, informatização e armazenamento e recuperação. (FARRADANE, 1980, p.79)

A informação, para Pinheiro (2004), é tradicionalmente relacionada a documentos impressos e a bibliotecas, e a informação de que trata a Ciência da Informação, tanto pode estar num diálogo entre cientistas, em comunicação informal, em patentes, numa simples fotografia ou objetos, em bibliotecas virtuais ou repositórios ou simplesmente na *internet*. Os autores Capurro e Hjørland (2007, p. 148) apontam que:

O conceito de informação como usado na linguagem cotidiana, sentido de conhecimento comunicado, tem um importante papel na sociedade contemporânea. Este conceito ganhou relevância principalmente a partir da Segunda Guerra Mundial com a disseminação global do uso das redes de computadores.

Pinheiro (2004) explica ainda que tantas definições para a palavra informação são uma característica distinta da interdisciplinaridade que permeia o campo da Ciência da Informação, devido à apropriação mútua de metodologias, princípios, teorias, conceitos e construtos entre duas ou mais disciplinas. Deste modo, a informação perpassa os conceitos e definições da nossa área. E, embora a informação não possa ser mensurável nem definida, ela refere-se ao fenômeno mais amplo que este campo do conhecimento pode tratar que é a geração, transferência ou comunicação e uso da informação; aspectos contidos na própria definição de CI. A autora enfatiza ainda que, embora haja relação profunda entre conhecimento e informação, os dois termos são distintos, logo, não são sinônimos e, na literatura, esta é uma questão muito recorrente.

Os autores Freire e Freire (2010, p. 100) contribuem ressaltando que “[...] para que a informação atinja o seu objetivo maior (de gerar conhecimento), é necessário que ocorra um processo de assimilação por parte do receptor”. A informação precisa ser assimilada pelo receptor da mensagem. Com diferentes conceitos e aplicações, a informação torna-se insumo essencial para a atual sociedade, seja na sua forma de coleta, armazenagem, recuperação ou na sua disseminação, dentro dos diversos tipos de organizações, sejam elas públicas ou privadas, como retrata Choo (2006, p. 27):

A informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz. Sem uma clara compreensão dos processos organizacionais e humanos pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, as empresas não são capazes de perceber a importância de suas fontes e tecnologias de informação.

O autor esclarece ainda que o conhecimento está dentro da mente dos indivíduos, e esse conhecimento, que é pessoal, precisa ser convertido em conhecimento que possa ser compartilhado, disseminado para assim, ser transformado em inovação. Partindo desse pressuposto, acreditamos que o conhecimento mostrado por Choo é interessante para nossa pesquisa, pois, para ele, o conhecimento deve ser

compartilhado para que outras pessoas possam aprender e crescer com as experiências partilhadas.

3.3 WEB 2.0: DA COMUNICAÇÃO À SOCIABILIDADE

O termo *Web 2.0* também conhecido como "*Web Social*" [devido à preocupação com a participação dos usuários], ou a segunda geração da *Web*, é da autoria de Tim O'Reilly (2005) e surgiu numa sessão de *brainstorming* no *MediaLive International* em outubro de 2004. É, dito de forma simples, a evolução da *internet* com funções e usos inovadores. Um termo cunhado em referência aos aplicativos interativos existentes nessa nova configuração da *Web*, envolvendo *wikis*, aplicativos, redes sociais, *blogs*, agregadores de conteúdos, e outros. Com eles, a *Web 2.0* possibilita a criação de espaços mais interativos, de novos ambientes virtuais de socialização e compartilhamento de informações *on-line*.

Como já mencionado anteriormente, Maness (2006) salienta que o termo *Web 2.0* em si não é uma *Web* de publicação textual, mas, sim, uma rede de comunicação multissensorial, por ser uma matriz de diálogos e não uma coleção de monólogos, devido às possibilidades de cooperação e interatividade⁴ entre os usuários. Primo (2007, p. 2) define a *Web 2.0* como sendo:

[...] a segunda geração de serviços online [que se caracteriza] por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação⁵ entre os participantes do processo.

Para o autor, a *Web 2.0* tem seu aspecto relacional voltado à coletividade, constituindo-se em um espaço de troca, produção e circulação de informações. Primo (2007, p. 2) frisa, ainda, que a *Web 2.0* permeia princípios fundamentais à sua existência, entre eles "trabalhar a *Web* como uma plataforma, isto é, viabilizando funções *on-line* que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um

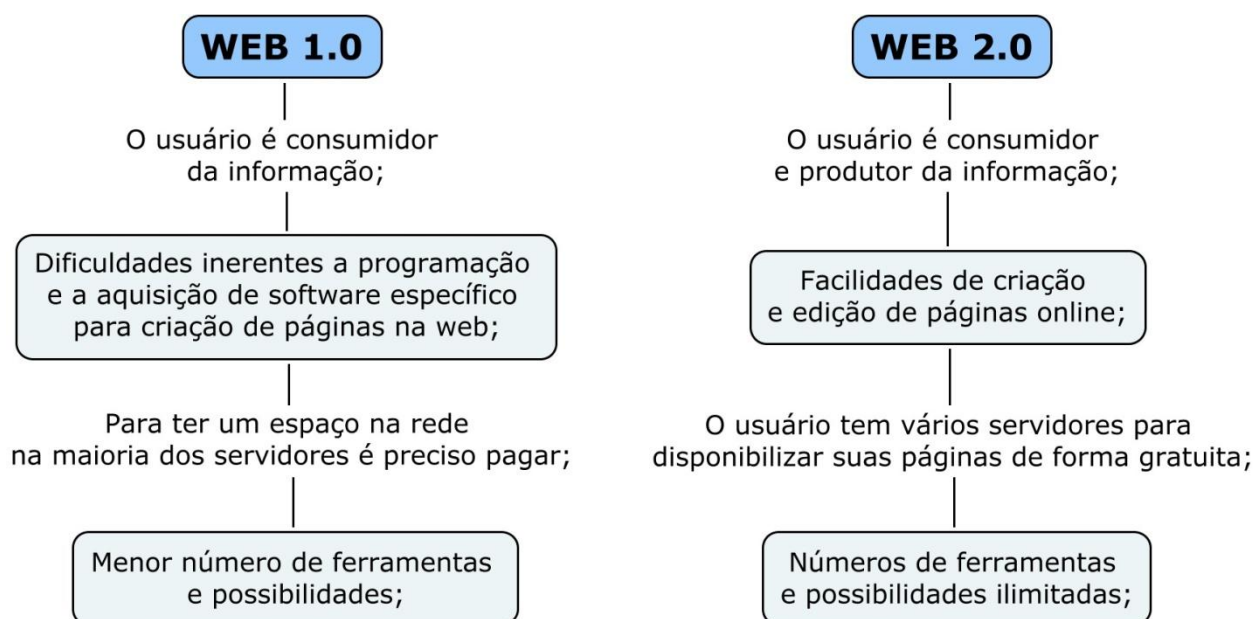
⁴ Entende-se interatividade como a possibilidade do uso da informação de forma contínua e ainda a comunicação como uma fonte, de forma que se obtenham respostas do sistema, seja este humano ou eletrônico (TOMAEL, 2009).

⁵ Para Primo (2003), a interação é a ação entre os participantes, é a relação estabelecida pelos participantes.

computador”. Para O’Reilly (2005, s/p), o criador da *Web 2.0*, “o princípio central por trás do sucesso dos gigantes nascidos na era *Web 1.0* e que sobreviveram para liderar a era da *Web 2.0* parece ser isto [o fato] que eles adotaram o poder da *web* para aproveitar a inteligência coletiva”. Em seu texto "*What is Web 2.0?*", O’Reilly (2005) aponta que uma das características mais elogiadas dessa plataforma, à época, era a ascensão dos *blogs*, ainda em sua forma mais básica, como diário pessoal em organização cronológica. O autor acredita, ainda, que os serviços desta plataforma tornam-se melhores quanto mais pessoas o usarem.

A fim de melhor demonstrar as diferenças existentes entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0*, trazemos uma figura explicativa de Coutinho e Bottentuit Júnior (2007, p. 200):

Figura 1 – Diferenças entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0*



Fonte: Adaptado de Coutinho e Bottentuit Júnior (2007, p. 200).

Na figura acima, podemos observar as potencialidades advindas da *Web 2.0* e sua evolução, destacando que peculiaridades antes vistas como barreiras para os usuários, agora se tornavam facilidades e possibilidades ilimitadas. A *Web 1.0* era bastante onerosa: a maioria dos seus serviços era pago e controlado por licenças,

enquanto a *Web 2.0* propiciava a livre expressão e comunicação. De fato, a partir dessa mudança, as pessoas passaram a produzir os seus próprios documentos, comentários e a publicá-los automaticamente na rede, sem a necessidade de grandes conhecimentos de programação [html] ou tecnologias sofisticadas de informática, como explica Aguiar (2012, p. 46):

O surgimento da primeira Web, no fim da década de 1980, trouxe grandes avanços no acesso à informação e para a comunicação. No entanto, o usuário era um mero espectador, já que muitos dos conteúdos disponibilizados na rede eram oferecidos somente por empresas ou por pessoas que tivessem conhecimentos técnicos avançados. Com a evolução da Web para a Web 2.0, cada vez mais o usuário comum (sem conhecimentos de linguagem de programação) passa a produzir conteúdos.

Como mencionamos no início da seção, a *Web 2.0* é também conhecida como a "*Web social*", devido às possibilidades de trabalho coletivo. O criador deste termo assegura que essa plataforma tecnológica representa um meio de utilização da rede globalizada de forma colaborativa, onde a informação e o conhecimento são compartilhados de forma coletiva, descentralizada de autoridade e com liberdade para utilizar e reeditar. Para Primo (2007, p. 3), na “primeira geração da *Web*, os *sites* eram trabalhados como unidades isoladas. Passa-se agora, para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo”. Pode-se assim dizer que a *Web 2.0* diferencia-se da *Web 1.0* na medida em que a primeira proporciona tecnologias que tornam mais fácil a disponibilização de informações, a interação, colaboração e socialização na rede.

Unindo as ideias de Alexander (2006) e O’Reilly (2005), os autores Coutinho e Bottentuit Júnior (2007) listaram as principais características da *Web 2.0*, que podem ser observadas no quadro abaixo:

Quadro 1 – Principais características da *Web 2.0*

Interfaces ricas e fáceis de usar
O sucesso é dependente do número de usuários, pois os mesmos podem ajudar a tornar o sistema melhor. [Quanto maior o número de usuários, melhor será]
Gratuidade, na maioria dos sistemas disponibilizados.
Maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas <i>on-line</i> .
Vários usuários podem acessar a mesma página e editar as informações.
As informações mudam quase que instantaneamente.
Os <i>sites/softwares</i> estão associados a outros aplicativos tornando-os mais ricos e produtivos e trabalhando na forma de plataforma [união de vários aplicativos].
Os <i>softwares</i> funcionam basicamente <i>on-line</i> ou podem utilizar sistemas <i>off-line</i> com opção para exportar informações de forma rápida e fácil para a <i>web</i> .
Os sistemas passam a ser atualizados e corrigidos a todo instante, trazendo grandes benefícios para os usuários.
Os <i>softwares</i> geralmente criam comunidades de pessoas interessadas em um determinado assunto [as redes sociais].
A atualização da informação é feita de forma colaborativa e se torna mais viável com o crescimento do número de pessoas que acessam e atualizam o sistema
Com a utilização de <i>tags</i> ⁶ , em quase todos os aplicativos, ocorre um dos primeiros passos para a <i>web</i> semântica e a indexação correta dos conteúdos disponibilizados.

Fonte: Adaptado de Coutinho e Bottentuit Júnior. (2007).

São exemplos populares de tecnologias utilizadas na *Web 2.0*, as de **escrita colaborativa**, como os *blogs*, *wikis*, *podcast*, e o *Google Docs*; as de **comunicação on-line**, como o *Skype*, *Messenger*, *Voip*, *Googletalk*; e as de **acesso a vídeos**, como o *YouTube*, *GoogleVideos*, *YahooVideos*, entre outros.

Para muitos autores, a filosofia da *Web 2.0* é tornar a *web* um espaço social, um ambiente onde cada usuário escolhe e media a informação de acordo com as suas necessidades e interesses, principalmente pela facilidade na publicação e rapidez no armazenamento de textos, fotos e vídeos, além de poder exercer a sociabilidade. Nesse ambiente digital, os usuários deixam para trás o receptor passivo da informação,

⁶ As *tags* são palavras-chave ou metadados relevantes associados a uma determinada informação.

no processo comunicativo, e se tornam ativos dentro da rede virtual, facilitando a produção, disseminação e posterior busca da informação.

3.4 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO E O PAPEL DOS PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO

O uso das tecnologias de informação está cada vez mais presente no cotidiano da vida social dos indivíduos. A facilidade e agilidade no manuseio de *smartphones*, *notebooks* e das próprias mídias e redes sociais fazem com que inúmeras pessoas estejam conectadas ao mesmo tempo, em diferentes espaços, trocando informações e conhecimento mutuamente, de forma dinâmica e veloz. Devido ao surgimento da *internet*, as pessoas podem disseminar informações de forma mais rápida e interativa. Sobre o tema, Recuero (2009, p. 136) complementa afirmando que:

Através do advento da comunicação mediada pelo computador e sua influência na sociedade e na vida cotidiana, as pessoas estariam buscando novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar comunidades já que, por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social.

Para a autora, devido a tal fenômeno, as pessoas buscam os meios de comunicação, bem como as mídias sociais, para interagir com outras pessoas, criando redes sociais na *internet* e proporcionando a disseminação da informação dentro da *web*.

No que se refere à disseminação da informação, Lara e Conti (2003, p. 26) registram que “[...] disseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição”. Para esses autores, a noção de disseminação é interpretada muitas vezes como difusão e divulgação. Eles acreditam ainda que parte-se do “[...] princípio que é importante compreender o significado da disseminação contemporaneamente, que, afetada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, necessita observar a recepção de forma não monolítica”, no sentido de que pode haver rupturas, quebras na disseminação da informação. Contextualizando, os autores acentuam que “[...] falar em transferência da informação via serviços de disseminação de informações – distribuição física ou virtual de documentos e dados – supõe considerar que os benefícios dessa ação se relacionam

diretamente às possibilidades de geração do conhecimento” (LARA; CONTI, 2003, p. 27).

Para que haja a disseminação da informação, pressupõe-se que haja um processo de comunicação. As autoras Araújo e Freire (1999, p. 7) esclarecem que:

[...] informação e comunicação constituem entidades complexas, dinâmicas, que extrapolam, na visão de muitos autores, os limites de uma teoria ou um modelo determinado. A informação científica e tecnológica é produto da prática histórica e social da sociedade moderna, usa os códigos de linguagem, símbolos e signos reconhecidos nessa sociedade e os canais de circulação de mensagens disponíveis no sistema de comunicação.

As autoras concebem que a comunicação significa organização. Partindo desse princípio, acreditamos que a disseminação é o processo de organizar a informação e transmiti-la através de diferentes canais de comunicação para quem dela necessita. Araújo e Freire (1999, p. 8) explicam o processo de comunicação para que a partir daí a informação possa ser disseminada:

Para a ciência da informação, um canal de comunicação quase sempre tem vários estágios e componentes: particularmente, canais contêm mecanismos, dispositivos que operam textos, física ou intelectualmente ou ambos, para colocá-los em uma forma apropriada (coerente e adequada) para transmissão no processo de comunicação entre um emissor e um receptor de mensagens.

A informação organizada dentro dos estágios mencionados acima pelas autoras, e tratada de forma coerente e clara passa a ser disseminada pelos diferentes meios de comunicação até chegar aos profissionais da informação que irão utilizá-las acerca de seus interesses, organizando e facilitando o acesso à informação. A disseminação da informação de maneira rápida e eficiente ocorre graças às tecnologias de comunicação e informação que facilitam o desenvolvimento de formas de expressão auxiliando a transferência e compreensão de informações relevantes para o processo de produção social.

O processo de comunicação, observado na disseminação da informação, para os profissionais da área tem uma importância na absorção da informação adquirida e na produção social, como pode ser identificado na citação a seguir:

No processo de comunicação, a informação contida em um texto organizado para transformar as estruturas de um receptor interage com essas estruturas no sentido de fazê-lo compreender, de forma coerente e adequada, a mensagem que lhe está sendo enviada. Recebendo a mensagem e apreendendo o máximo possível do seu sentido original, o receptor reage a essa informação transformando sua estrutura de conhecimento e, a partir daí, organizando sua própria informação com o objetivo de promover mudanças nas estruturas do antigo emissor/novo receptor, realimentando o processo de comunicação (ARAÚJO; FREIRE, 1999, p. 9).

Tais informações adquiridas pelos profissionais da informação, através da disseminação da informação, devem ser utilizadas para seu crescimento pessoal e profissional, pois, os mesmos se utilizam destas informações para promover mudanças sociais.

Sendo assim, a *internet* tem uma participação fundamental na disseminação da informação e do conhecimento para os profissionais da informação. É nesse espaço virtual que muitos indivíduos começam suas buscas por conteúdos que possam contribuir para seu crescimento intelectual e profissional. O cerne da *web 2.0*, para Santarem Segundo (2011), está na intensa participação do usuário e na sua interatividade com os serviços *on-line*, pois a *web* está muito mais voltada para a coletividade do que para o tecnológico, propriamente dito, permitindo assim, a construção da informação de maneira coletiva. Para o autor, é justamente nessa participação coletiva que as mídias sociais se firmam, identificando os usuários como formadores de conhecimento.

A *Web*, por exemplo, pode ser entendida como uma ferramenta de apoio aos profissionais da informação para o desenvolvimento de novos produtos informacionais, pois, “ela proporciona um ambiente informacional amplo e global, [...] neste novo ambiente, numa escala mundial, os usuários podem ter acesso a diferentes recursos, independentes de sua localização física” (MARCONDES; MENDONÇA; CARVALHO, 2006, p. 175).

Os *blogs* e suas mídias sociais já são considerados como importantes tecnologias de comunicação e disseminação da informação. De acordo com os autores Freire e Farias e Costa Junior (2011, p. 2), disseminar informação no contexto do *Blog* De olho na CI envolve “[...] selecionar e tornar público informações passíveis de gerar

conhecimento e atrair a atenção dos usuários, para o que acontece na área da CI no Brasil e no mundo”. Os autores acreditam ainda que:

Para disseminar é preciso existir quem consuma a informação (usuário/receptor), e antes disto, quem a produza (produtor/emissor), neste caso, os produtores são profissionais da informação habilitados na CI, que utilizam o Blog como operacionalizador da disseminação da informação buscando obter sucesso na comunicação do que se quer transmitir ao usuário. (FREIRE; FARIAS; COSTA JUNIOR, 2011, p. 2)

Contudo, para que exista essa disseminação da informação de maneira eficaz, é preciso que haja profissionais da informação capazes de lidar com os avanços tecnológicos e com a rapidez com que as informações se propagam. São esses profissionais que as mídias sociais De olho na CI querem atingir e auxiliar no seu âmbito profissional e pessoal. “Nenhuma tecnologia da informação teve impacto tão forte nos profissionais da informação como a *Internet*” (TOMAÉL ET AL, 2000, p. 5).

Nessa sociedade em rede, mencionada por Castells [a qual será melhor apresentada na seção posterior], os profissionais da informação têm que estar cada vez mais preparados e cientes com o que ocorre no mundo da rede: na *internet*. Para Freire (2001, p. 8), o grande desafio do profissional da informação [cientistas da comunicação e informação] continua sendo o de “[...] produzir conhecimentos que ampliem as possibilidades de acesso à informação para todos os grupos sociais, ajudando a construir uma sociedade da globalidade, mais justa e solidária”, atuando como facilitadores na comunicação da informação, utilizando-se das tecnologias digitais de comunicação para adquirir conhecimento e disseminando informação de interesse para a sociedade, além de proporcionar que pesquisadores e profissionais da informação utilizem as TICs para capacitação profissional.

Concordamos com as autoras Araújo e Freire (1999, p. 10) quando elas realçam a importância do papel dos profissionais da informação o qual:

Parece-nos que, [...] cabe a nós, profissionais da informação, esse papel de mediador dos discursos, aproximando produtores e usuários do conhecimento, de modo que os recursos disponíveis sejam efetivamente utilizados por todos que deles necessitam. E precisamos fazê-lo de tal forma que a consciência dos receptores seja respeitada em seus limites e aproveitada em suas possibilidades: além da organização do conhecimento em sistemas, nosso campo de atuação abrange a análise e a reformulação dos conteúdos da informação. Isso significa um maior envolvimento não somente com o fazer, com a prática profissional, com o conhecimento em si dos conceitos e tecnologias disponíveis na ciência da informação e áreas correlatas — significa uma profunda interação com o usuário final, que aplicará o conhecimento como insumo ao seu próprio fazer e dele se apropriará para construir seu próprio saber.

A disseminação da informação tem bastante relevância para a CI e para os profissionais da informação, pois, transmitir o conhecimento para aqueles que dele necessitam é uma responsabilidade social, e essa parece ser o verdadeiro fundamento da CI, como nos revelaram Wersig e Neveling em 1975. Para Freire (2004), este enunciado amplia a atuação desse campo das atividades científicas e tecnológicas para a sociedade em geral, expressando a visão de um grupo de cientistas que começava a olhar sua profissão com outros olhos, fazendo com que a área da CI, atualmente, passe a se preocupar mais com o público-alvo observando de que forma as informações são disseminadas e chegam até eles, tornando o que antes era intangível, em tangível.

3.5 A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E A EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA INTERNET

Na era da informação e da nova economia globalizada são profundas as mudanças no modo de a sociedade se organizar e de interagir socialmente. Há uma nova sociabilidade baseada numa dimensão virtual que transcende o tempo e o espaço. A relevância da *internet* para a sociedade atual, sociedade da informação, é tão significativa que Castells (2004), em “Galáxia da *Internet*”, a define como sendo “o tecido de nossas veias”. Nesta era da informação, a rede está cada vez mais consolidada no cotidiano dos indivíduos. Há uma relação muito forte com as tecnologias digitais e com o mundo virtual. Refletindo um pouco mais sobre as redes, podemos nos deter no que diz Castells (2004, p. 7-8):

[...] durante a maior parte da história humana, diferentemente da evolução biológica, as redes foram suplantadas como ferramentas de organização. Agora [...] a introdução da informação e das tecnologias de comunicação baseadas no computador [...] permite às redes exercer sua flexibilidade e adaptabilidade, e afirmar assim sua natureza revolucionária.

Com isso, a informação passa a ter valor não só social, mas também econômico tal que permite qualificar e quantificar as sociedades, conforme o seu acesso à informação e seu uso. As informações passam a ser recebidas em tempo real, portanto, o universal e o “mundializado” se sobrepõem ao singular, podendo considerar a penetrabilidade das tecnologias da informação, um dos principais indicadores de desenvolvimento da sociedade da informação. Pinho Neto (2010, p. 2) contribui assinalando que “[...] a utilização das tecnologias de informação e comunicação na vida cotidiana é apontada como responsável por novas formas de interação entre as pessoas, o que implicaria num redimensionamento das funções e dos papéis sociais”.

A rede, para Borgatti e Foster (2003), é um cenário de atores conectados por fios (laços) e seus atores (também chamados de *nós*). Podem ser pessoas, equipes, organizações, conceitos, etc., e englobam, para Richter (2011), o conceito de usuários de *internet* em todas as atividades relacionadas com o estabelecimento e a manutenção de sua rede social. Esse autor esclarece ainda que as redes sociais podem aparecer de várias formas e são suportadas por uma gama de tecnologias.

No ambiente das redes, o compartilhamento de informações e conhecimento se torna uma constante, tanto pela sua agilidade, como flexibilidade, pois os indivíduos nelas situados gostam de trocar ideias e compartilhar o que sabem, além de promover ações entre os atores sociais e a sociedade, uma reconstrução da prática da cidadania. Para Marteleto (2001, p. 73, “trata-se de visualizar novos espaços de mobilização e novas formas de se movimentar ou de ações coletivas entre os atores sociais”, seja na criação ou disseminação de ideias dentro do ambiente das mídias sociais proporcionando ações coletivas entre os usuários, seja no envio de informações, *tweets*, “*retuites*”, mensagens ou postagens. Refletindo sobre a valorização do compartilhamento de informações, podemos considerar a observação feita por Tomáel e Marteleto (2006, p. 76):

A disposição em compartilhar e o compartilhamento eficiente de informação entre os atores de uma rede, asseguram ganhos, porque cada participante melhora, valendo-se das informações às quais passa a ter acesso e que poderão reduzir as incertezas e promover o crescimento mútuo.

A troca de informações e conhecimento dentro das redes é uma forma eficiente de crescimento e ganhos para seus atores sociais, como também pode influenciar no desenvolvimento da sociedade a qual se inserem. As autoras destacam que as redes sociais:

[...] referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social.

Segundo Recuero (2009, p. 24), o advento da *internet* trouxe diversas mudanças na sociedade e a possibilidade de expressão e sociabilização através das tecnologias de Comunicação Mediada por Computadores (CMC):

Essas ferramentas proporcionam, assim, que atores [usuários] pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros.

Assim uma rede social na *internet* possibilita o estudo de suas interações⁷, conversações e seus fluxos de informação⁸ através dos rastros que os usuários deixam na rede. Recuero (2009, p. 24) explica ainda que:

O estudo das redes sociais na Internet [...] foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada por computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas.

⁷ “A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social”. (RECUERO, 2009, p. 31)

⁸ “Os fluxos informacionais são reflexos naturais dos ambientes ao qual pertencem, tanto em relação ao conteúdo quanto em relação à forma” (VALENTIM, 2010, p. 13).

Os fluxos de informação, para nossa pesquisa, se constituem em elemento fundamental para os ambientes informacionais [mídias sociais], pois toda ação tem origem na informação, que por sua vez resulta em uma nova informação. As RSIs são, portanto, um meio de interligar pessoas com características, interesses ou anseios em comum, a fim de transmitir valores, informações e conhecimentos colaborando assim, com a construção e evolução da sociedade. Para Tomáel, Alcará e Di Chiara (2005, p. 103):

As ligações na rede acentuam a capacidade de inovação individual e organizacional, capacidade esta, que reflete no sistema de inovação em que os atores estão inseridos, promovendo o desenvolvimento local, que incide na expansão econômica e social de uma nação.

Entre as possibilidades oferecidas pela *Web 2.0*, as tecnologias de mídias sociais e a existência de RSIs se destacam por sua popularidade entre os usuários e suas características. Para tanto, as RSIs dependem da interação de diversos atores dispostos a compartilhar informações e experiências visando ao aprendizado e à transmissão do conhecimento por meio de tecnologias como as mídias sociais, por exemplo.

3.6 AS MÍDIAS SOCIAIS E SUA RELAÇÃO COM AS RSI

Diante do avanço das novas tecnologias ocorridas na sociedade da informação, o ser humano utiliza tais meios de comunicação para apropriar-se de informações, que passam a ser a base de todas as transformações, tanto no seu modo de vida como na sociedade na qual está inserido. A *internet* e os canais de comunicação estão inseridos em um contexto social, político e cultural e o uso do computador com acesso à *internet* é um dos principais meios de captação da informação. *Sites*, *blogs* e as mídias sociais são exemplos do desenvolvimento tecnológico frente à informação. Para Telles (2011, p. 177) “[...] o desenvolvimento da tecnologia acelerou o processo de globalização e vice-versa, promovendo um ciclo contínuo e irreversível, capaz de alterar culturas, sociedades e o próprio homem”.

Tal processo de desenvolvimento de novas culturas e mudanças sociais, mediante a inserção das novas mídias no cotidiano da sociedade transforma e

reconstrói o comportamento social das pessoas. As novas mídias, segundo Cardoso (2007, p. 111):

São mídias por serem mediadores da comunicação e introduzem novidade porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam em uma mesma plataforma tecnológica dimensões de comunicação interpessoal e meios de comunicação de massa, porque são indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo [...] promovendo ferramentas de reconstrução social.

Devido ao grande número de recursos tecnológicos disponíveis na *internet*, muito se ouve falar em RSI e mídias sociais. E com isso gerou-se uma confusão em relação a estes termos. Segundo Lima Junior (2009, p. 97):

A mídia social [...] é um formato de Comunicação Mediada por Computador (CMC) que permite a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social de forma descentralizada, colaborativa e autônoma tecnologicamente.

Segundo este autor, a mídia social possibilita a construção de um espaço de discussão, de compartilhamento e produção de informação relevante para a sociedade, criando um ambiente de melhoria da qualidade informativa.

Assim como Lima Junior, Recuero (2009, p. 102) afirma que as mídias sociais [*Facebook*, *Twitter* e *blog*, estudados nesta pesquisa] são tecnologias de CMC utilizadas de modo a permitir que se expressem as redes sociais suportadas por elas, ou seja, “[...] sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na *internet*”.

As mídias sociais possuem, de acordo com Recuero (2008), características especiais que as diferenciam das demais tecnologias de comunicação como pode ser melhor visualizado no quadro abaixo:

Quadro 2 - Características das mídias sociais

Apropriação Criativa: Os usos da mídia social são sempre criativos, diferentes do propósito original, dentro da lógica dos usos que André Lemos apresenta em seu livro "Cibercultura". Inclusive, a apropriação da mídia social é um forte indicativo de sua pertinência e vida junto a um grupo social. Na mídia social, esses usos seriam uma constante da presença de novos grupos e sua construção como artefato cultural desses.

Conversação: Mídia social é conversação. Mais do que a mera participação, ela permite que os atores possam engajar-se de forma coletiva, através da cooperação e mesmo, da competição. Assim, a possibilidade de conversação síncrona ou assíncrona é uma característica desse tipo de ferramenta. Por isso, mídia social é tão relacionada ao *buzz* das redes.

Diversidade de Fluxos de Informações: A mídia social permite que vários fluxos de informações diferentes circulem através das estruturas sociais estabelecidas nela. Esses fluxos podem ser, inclusive, opostos e podem gerar mobilização social, bem como capital social e discussão. A diversidade desses fluxos é uma característica desse tipo de mídia, consequência direta da Sociedade da Informação e das trocas sociais dos atores.

Emergência de Redes Sociais: A mídia social possibilita a emergência de redes sociais através de sua apropriação e conversação. Isso se deve ao fato de ela permitir que os rastros da interação fiquem visíveis, bem como que a interação seja estendida no tempo e que as redes sociais sejam mais observáveis. A mídia social, assim, complexifica o espaço social, permitindo novas emergências de grupos. Esses grupos podem constituir-se também como comunidades virtuais.

Emergência de Capital Social Mediado: A mídia social possibilita que novas formas de capital social surjam e sejam apropriadas. Ela permite também, a criação de valores coletivos e individuais mais facilmente perceptíveis pelos atores da rede. É por conta disso que a apropriação pode ser modificada e reconstruída nesses espaços diante dos valores concebidos pelos grupos. Esse capital tem o diferencial de ser independente da interação direta. É possível ter acesso aos valores construídos por um grupo sem fazer parte dele - daí os *free riders* -, e também é possível apropriar-se desse capital e transformá-lo em outro tipo de valor - buscar uma informação altamente especializada, por exemplo.

Fonte: Adaptado de Recuero (2008).

Para tanto, Recuero (2008) explica que a mídia social, assim é social porque permite a apropriação para a sociabilidade, partindo da construção do espaço social e da interação com outros atores. E se torna diferente pelo fato de permitir que essas ações aconteçam de forma individual e numa escala enorme. A autora esclarece ainda, que a mídia social é diretamente relacionada à *internet* por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou nos últimos anos.

Mais à frente, em seu texto *Mídia x Rede social*, Recuero (2010) enfatiza detalhadamente seu posicionamento quanto ao termo mídias sociais e a relação destas tecnologias com a disseminação da informação.

A autora aponta que as mídias sociais são:

[...] um conjunto de dinâmicas da rede social [...] São as dinâmicas de criação de conteúdo, difusão de informação e trocas dentro dos grupos sociais estabelecidos nas plataformas online (como sites de rede social) que caracteriza aquilo que chamamos hoje de mídia social. São as ações que emergem dentro das redes sociais, pela interação entre as pessoas, com base no capital social construído e percebido que vão

iniciar movimentos de difusão de informações, construção e compartilhamento de conteúdo, mobilização e ação social. E isso ocorre principalmente porque as redes sociais acabam criando e mantendo, através das ferramentas da Internet, canais mais permanentemente abertos de informação e contato.

Entendendo-se assim, que a mídia social é o espaço [a plataforma] onde há a possibilidade de se desenvolver redes sociais na *internet* entre os usuários dessas mídias. Pois, a definição de rede social pressupõe a participação de pessoas ou grupos de pessoas ligadas por interesses comuns (AGUIAR, 2012).

Para Recuero (2009a, p. 25) “rede social é gente, é interação, é troca. É um grupo de pessoas compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura da rede”, na qual a mídia social surge como a estrutura que comporta essa ação. A autora destaca que as tecnologias de redes sociais na *internet* [aqui nomeadas de mídias sociais] proporcionam conexões para as pessoas, mas ainda são as pessoas que constroem essas redes sociais. Para tanto, o *facebook*, *twitter*, *Orkut*, *blogs*, *sites*, e outros, são suportes para as interações que constituem as redes sociais, e não a rede social em si, pois, não existe rede social sem pessoas. Na prática, para que exista rede social dentro de uma mídia social, é necessário que exista uma rede de relações sociais entre os atores sociais e uma interação por meio dessas mídias.

Para uma melhor explanação sobre as mídias sociais, trazemos um histórico das mídias que serão estudadas em nossa pesquisa, a fim de se fazer uma relação com o tema abordado.

3.6.1 *Blogs, twitter, facebook*: tecnologias de disseminação da informação

Nesta seção abordaremos de forma detalhada os *blogs*, seu histórico, conceitos e tipologias, bem como estudaremos as tecnologias do *twitter* e do *facebook*.

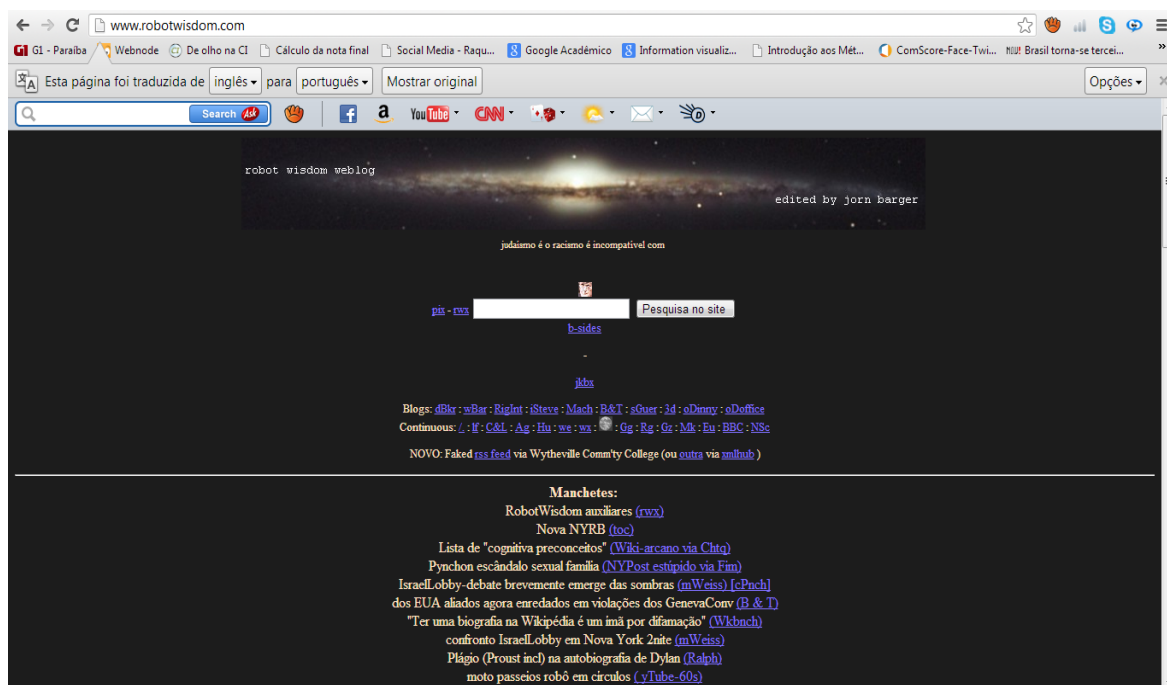
Os *blogs* são as tecnologias da *Web 2.0* mais conhecidas e utilizadas para a comunicação global. Em síntese, possuem uma arquitetura de informações básicas e podem ser caracterizados por atualizações em ordem cronológica inversa. Há também a possibilidade de comentários, fóruns de discussões e *blogroll* (lista de *links* de

interesse), inserção de fotos e vídeos. Qualquer usuário hoje pode criar, editar e publicar conteúdo na *internet*.

Pesquisando sobre a origem do termo *blog* ou *weblog* e sobre seu surgimento, encontramos muitas informações divergentes quanto à sua data de criação apresentada por diversos autores consultados em nossa pesquisa. Gomes (2005) atribui a criação do primeiro *blog* a Tim Berners-Lee, o inventor da *World Wide Web*, embora o termo *weblog* não ter sido cunhado pelo mesmo. Esta página já possuía três das características essenciais de um *blog*: autoria pessoal, apresentação cronológica inversa (do mais recente para o mais antigo) e publicação numa página acessível através de um *browser* a qualquer pessoa com acesso à *internet*.

Observou-se que os primeiros *weblogs* foram criados por pessoas com suficientes conhecimentos informáticos e domínio da área, para gerarem páginas WWW, uma vez que não existiam ainda disponíveis serviços automáticos de criação, gestão e alojamento de *blogs* com as características que hoje conhecemos. Bezerra (2011) e Malini (2008) concordam ao apresentarem uma outra origem para os *blogs*. Os autores relatam seu surgimento a partir de 1997 com o jornal *on-line* “RobotWisdom”,

Figura 2 – Interface do RobotWisdom



Fonte: www.robotwisdom.com

Para outros autores, por volta de 1999, Peter Merholz teria sido o primeiro a utilizar a abreviatura do termo *weblog*: *blog*. Esta realidade foi alterada por completo quando, ainda em 1999, várias empresas desenvolveram e apresentaram ao público *softwares* com vistas a automatizar a criação, edição e publicação de *blogs*. Um dos *softwares* mais conhecidos, o *Blogger*⁹, apresentava, à época, grande facilidade para publicação de conteúdos na *internet*. A partir daí, os autores acreditavam que estava assim ultrapassada a exigência de conhecimentos mais técnicos para gerir um *blog*.

O termo *blog* e *weblog*, segundo Gomes (2005, p. 311),

[...] pressupõe ser atualizada com grande frequência através da colocação de mensagens – que se designam “posts” – constituídas por imagens e/ou textos normalmente de pequenas dimensões (muitas vezes incluindo links para sites de interesse e/ou comentários e pensamentos pessoais do autor) e apresentadas de forma cronológica, sendo as mensagens mais recentes normalmente apresentadas em primeiro lugar.

Tanto os *blogs* quanto as demais mídias sociais, estudadas na nossa pesquisa, são tecnologias digitais envolvidas dentro do ciberespaço, que é para Lemos (2007, p. 79) uma “[...] estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, agora não mais editada por um centro, mas disseminada de forma transversal e vertical, aleatória e associativa”, na qual as pessoas passam a receber informações de forma multidirecional, coletivamente e ao mesmo tempo personalizadas, pelo fato dos indivíduos criarem perfis dentro das mídias sociais sejam eles reais (se identificando como realmente são) ou fictícios.

Para Civallero (2006), os *blogs* constituem um dos locais mais dinâmicos da *internet* e são os que mais produzem e difundem informações, através de uma arquitetura específica que envolve a publicação de uma opinião, uma ideia, um acontecimento. Eles disponibilizam comentários, fazem ligações com outras páginas, listam recursos de informação, podendo transformar informação em conhecimento.

De forma simples, Primo e Recuero (2003, p. 57) explicam como se dá a arquitetura dos blogs. Para eles, esta mídia social traz “a construção de uma rede de relações, construções e significados”. Por exemplo, o leitor de um texto é convidado a

⁹ <http://www.blogger.com>

verificar a sua fonte, através de um *link* inserido na página e observa a discussão em torno do assunto, por meio dos comentários de outros usuários. É convidado, ainda, a ler outros textos que tratam do mesmo assunto em outros *blogs* ligados ao principal e pode, inclusive, fazer suas próprias relações, através de uma participação ativa como comentarista ou como *blogueiro*, em seu próprio *blog*.

André Lemos, no prefácio do livro *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*, traz o seguinte conceito de *blogs*:

Os blogs são, junto com os games, os chats e os softwares sociais, um dos fenômenos mais populares da cibercultura¹⁰. Eles constituem hoje uma realidade em muitas áreas, criando sinergias e reconfigurações na indústria cultural, na política, no entretenimento, nas redes de sociabilidade, nas artes. Os blogs são criados para os mais diversos fins, refletindo um desejo reprimido pela cultura de massa: o de ser ator na emissão, na produção de conteúdo e na partilha de experiências. (AMARAL, RECUERO E MONTARDO, 2009, p. 8).

Assim, os *blogs* constituem um ambiente que impulsiona o debate e a troca de informações. Os autores Primo e Recuero (2003, p. 56) comentam que:

Os primeiros weblogs eram baseados principalmente em links e dicas de websites pouco conhecidos, bem como comentários, ou seja, funcionando, também, como uma publicação eletrônica. Os weblogs, portanto, não foram criados com o fim exclusivo de servirem como “diários eletrônicos”, mas simplesmente como formas de expressão individual.

Existem vários tipos de *blogs* [pessoais, institucionais ou corporativos, educacionais, informacionais, jornalísticos, políticos, tecnológicos, entretenimento, notícias e fofocas, dentre outros] e eles podem ser utilizados em diferentes contextos e áreas do conhecimento. Para Santos e Rocha (2012), no caso da Biblioteconomia e Ciência da Informação (CI), os *blogs* têm sido utilizados por alguns profissionais e instituições para disseminar informações e permitir maior interação entre as unidades de informação e seus usuários.

¹⁰ Para Lemos (2007, p. 89) a “[...] cibercultura forma-se, precisamente, de uma convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que adquire seus contornos mais nítidos. Não se trata, obviamente, de nenhum determinismo social ou tecnológico, e sim de um processo simbiótico, onde nenhuma das partes determina impiedosamente a outra”.

Na atualidade, os *blogs* não se restringem aos registros de informações pessoais [diários]. Para Curty (2009), existem vários *blogs* institucionais que procuram debater assuntos de interesse comunitário e se articulam de forma semelhante aos fóruns *on-line* e às listas de discussões. Dada essa evolução das tipologias, as autoras Alcará e Curty (2009, p. 82) evidenciam que: “[...] os *blogs* evoluíram para a condição de fonte de informação, pois deixaram de ser considerados de forma restritiva como meros diários pessoais para assumir uma nova função informativa”. Tornando-se assim, um meio capaz de disseminar informação e conhecimento, que aliado às mídias sociais *Facebook* e *Twitter*, são capazes de auxiliar na transmissão e no alcance de um número maior de leitores.

O relatório anual do *State of The Blogosphere*¹¹ de 2011 demonstra que as mídias sociais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas. No relatório, observamos que 82% dos *blogueiros* entrevistados fazem uso do *Twitter* profissionalmente e têm em média mil seguidores, 77% deles utilizam a mídia social para promover e disseminar seus *blogs*. O mesmo relatório informou que nove em cada dez *blogueiros* entrevistados (89%) usam o *Facebook*, e 50% deles têm páginas distintas no *Facebook*: uma para *blog* e outra para conta pessoal; um salto de 34% com referência ao ano de 2010. Entre os usuários do *Facebook*, o motivo mais comum para o uso da mídia social é a promoção de um *blog*. De acordo com o relatório, podemos observar a crescente evolução das mídias sociais frente aos recursos tecnológicos disponíveis, devido à mobilidade de comunicação *on-line* existente em tempo real.

Para Santarem Segundo (2011, p. 101), “[...] o Facebook é uma ferramenta que acomoda a rede social [na *internet*] mais popular do mundo, com mais de quinhentos milhões de usuários ativos, ancorada em uma missão de dar às pessoas o poder de partilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado”. Enquanto o *Twitter* é visto pelas autoras Santaella e Lemos (2010, p.65) como uma mídia social que possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e serve “[...] como um meio multidirecional de

¹¹ *Annual Report 2011 State of the Blogosphere*. This year's topics include: blogging and social media, bloggers and traditional media, traffic and analysis, brands and marketing in the blogosphere, bloggers' motivations and consequences, monetization, and changes within the blogosphere over 2011. Disponível em: <http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>. Acesso em 20 jan. 2012.

captação de informações personalizadas; um veículo de difusão contínua de ideias; um espaço colaborativo”.

O grande desafio da sociedade da informação é, para Recuero (2011), o acesso, a busca, a hierarquização e a organização das informações disponíveis. Para autora, o *Twitter*, por exemplo, tem um papel importante como centro de informações, pois a rede social que está ali presente filtra e hierarquiza informações, através de diversas práticas sociais como o *retuíte*. Essas ações acabam por auxiliar no processo de delimitação de relevância para informações que fazem sentido para os grupos sociais, bem como, para os leitores em geral.

Dada a sua relevância dentro das mídias sociais, decidimos transcrever um pouco da sua história buscando relacioná-la com nossa pesquisa.

3.6.2 Sobre o *Twitter*

O *Twitter* foi fundado em março de 2006 pela *Obvious Corp*, de São Francisco. Seu nome foi inspirado em um pássaro que emitia um som estridente para manter os outros pássaros informados do que está fazendo e onde está (TELLES, 2011). Seu primeiro protótipo era usado internamente na *OdeoEnterprise.com*¹², sendo lançado em escala pública e completa (também para computadores) em julho do mesmo ano. Em agosto, os três fundadores e outros membros da Odeo fundaram a *Obvious Corporation*, que incluía o domínio *Twitter.com*. O *microblog* tornou-se uma companhia separada em abril de 2007.

Segundo Telles (2011, p. 60), o *Twitter* com suas postagens menores “[...] diminui o gasto de tempo e o pensamento investido para a geração de conteúdo. Além de gerar conteúdo, o usuário pode compartilhar *links* de vídeos ou de páginas da *web* que tenham um conteúdo interessante”. Satisfazendo assim, a necessidade de um modo de comunicação ainda mais rápida. O *Twitter* tornou-se útil não apenas para uma melhor relação interpessoal, mas também como propagador de informações e conhecimento em diversas áreas. As autoras Santaella e Lemos (2010, p. 66)

¹² Diretório de destino e *site* de busca via RSS. Ferramenta no qual usuários habilitados podem criar, gravar e partilhar *podcasts*.

acentuam que essa mídia social serve como um meio multidirecional de captação de informações personalizadas, um veículo de difusão contínua de ideias, além de um espaço colaborativo, no qual questões podem ser feitas e respondidas, facilitando a interação entre os usuários e a aprendizagem entre os mesmos.

As autoras Canelas e Valencia (2012, p. 22) falam da importância do *Twitter* tanto nacional como internacionalmente:

A possibilidade de atualização instantânea, de postagens curtas e mais objetivas, de um sistema de interação composto por “seguidores” que podem escolher assuntos e pessoas a partir do seu interesse, aliados à tecnologia *microblogging*¹³, fizeram do *Twitter* uma das redes sociais [na internet] mais utilizadas no Brasil e no mundo.

Devido à instantaneidade nas publicações das mensagens, o processo de disseminação da informação de interesse aos profissionais da informação, essa se dá de maneira mais veloz alcançando um público maior de leitores. Tanto o *Twitter* quanto outras mídias sociais são tecnologias de comunicação que auxiliam nessa disseminação. O *Facebook*, por exemplo, tem conectado milhões de pessoas em todo mundo e essa ferramenta não poderia ficar de fora do nosso estudo.

3.6.3 Facebook

O *Facebook* foi criado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin (brasileiro) e Chris Hughes, ex-alunos de Havard. Fundado em 04 de fevereiro de 2004, o *Facebook* era usado apenas pelos alunos da universidade, aproveitando a onda dos *blogs*. Segundo informações obtidas no próprio *site*, esta mídia social tem como missão dar às pessoas o poder de partilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado¹⁴. Segundo a *INFO Online*¹⁵, de 15 de dezembro de 2011, o *Facebook* é a mídia social da atualidade, com mais de 800 milhões de usuários. No Brasil, cerca de 30 milhões de pessoas acessam esse serviço.

¹³ Microblogging ou Microblog são *blogs* que se caracterizam por pequenas entradas de texto que não ultrapassam três linhas, com cerca de 120 a 180 caracteres em cada postagem. (TELLES, 2010)

¹⁴ Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. Disponível em: <http://www.facebook.com/facebook?sk=info>. Acesso em: 10 jan. 2012.

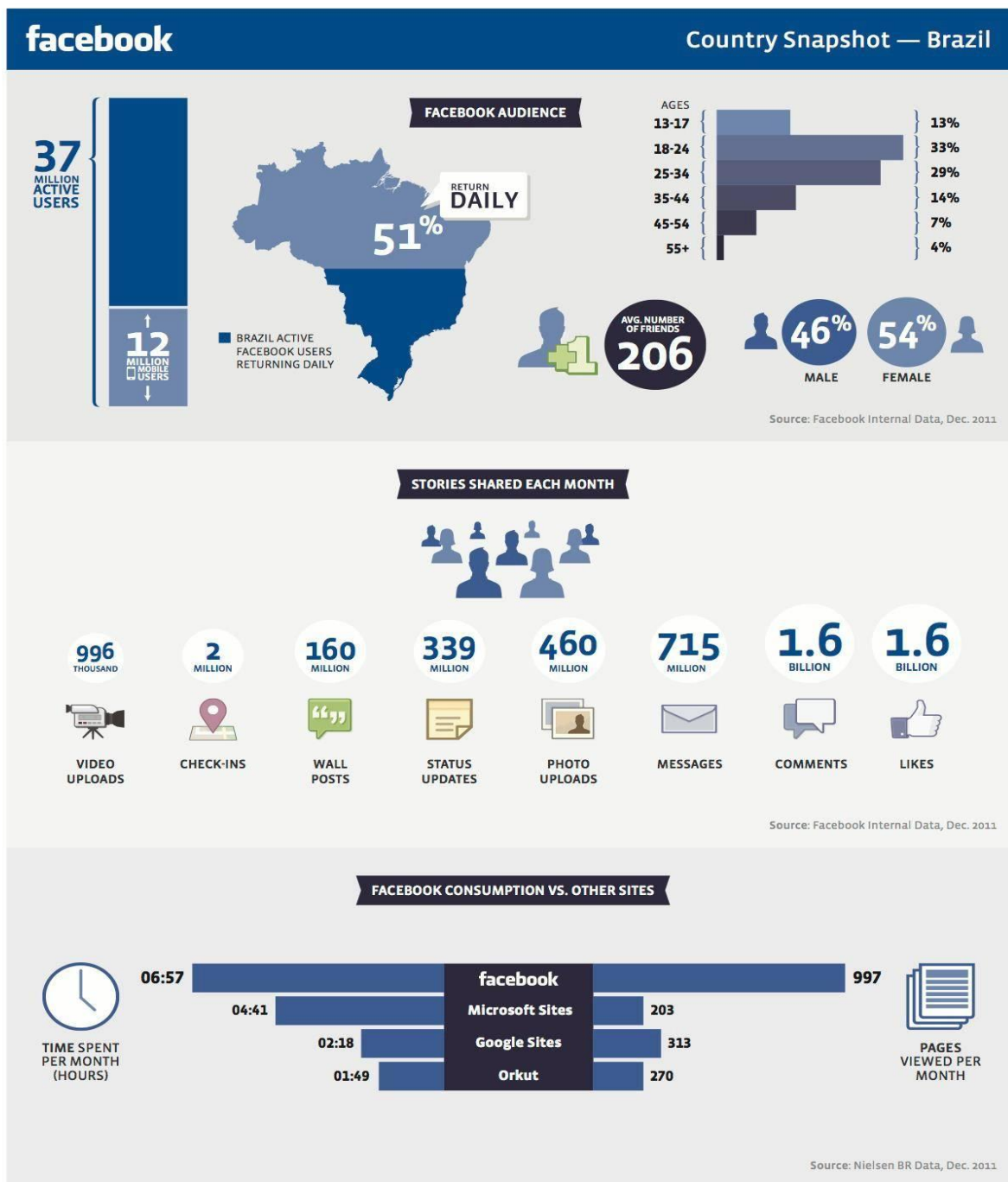
¹⁵ Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/facebook-libera-novos-perfis-para-usuarios-brasileiros-15122011-23.shl>). Acesso em: 15 de jan. de 2012.

Santarem Segundo (2011) acredita que Otlet tem uma forte relação com o *Facebook*. Para ele, essa relação apresenta associações entre documentos. Contudo, essa mídia social agrega também pessoas, gostos e especialmente ideias. O autor complementa afirmando que:

Otlet tinha como principal premissa compartilhar o conhecimento universalmente em busca da paz mundial. O acesso à Internet é marcadamente, a facilitação do agrupamento de pessoas por meio das redes sociais [entende-se aqui como mídias sociais] e cria um fenômeno que amplia e acelera o compartilhamento de informações com mais ênfase no conhecimento. Portanto, por meio da tela do computador e de ligações realizadas por linhas telefônicas, como era a visão de Otlet, é possível, nos dias de hoje, receber informações de parte do planeta. (SANTAREM SEGUNDO, 2011, p. 106).

O Brasil é, atualmente, a quarta nação em número de usuários ativos, totalizando mais de 37 milhões. Perdemos apenas para os Estados Unidos (157 milhões), para Indonésia e Índia (41 milhões cada). A página do *Facebook* no Brasil publicou dados referentes a esse crescimento:

Figura 3 - Dados do Facebook Brasil



Fonte: Site do Facebook Brasil, 2011. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/FacebookBrasil?fref=ts> >

De acordo com os dados mostrados acima, dos 37 milhões de usuários ativos (correspondentes a 51% do Brasil) 12 milhões são usuários móveis, ou seja, utilizam as mídias sociais através de celulares, *tablets*, *smartphones*, etc. Os dados revelam ainda que 54% dos usuários são do sexo feminino e 46% são masculinos. Cerca de mil páginas do *Facebook* foram visitadas a cada mês e 1,6 bilhões de pessoas curtiram a página mensalmente.

Logo, podemos observar como cada vez mais aumenta o número de usuários ativos no Brasil, e como essa ferramenta se tornou um meio de comunicação importante para interligação mundial. O que aumentou nosso interesse em estudar não só a mídia social do *Facebook*, como também o *Twitter* e o *Blog* De olho na CI dentro da nossa pesquisa.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia da pesquisa está planejada a partir do conjunto detalhado e sequencial de métodos e técnicas científicas a serem executados ao longo da nossa investigação. Compartilhando o mesmo pensamento que Severino (2007, p. 100), “[...] a ciência se faz quando o pesquisador aborda os fenômenos aplicando recursos técnicos, seguindo um método e apoiando-se em fundamentos epistemológicos”, de tal modo que nos favoreça a obtenção dos objetivos inicialmente propostos e, ao mesmo tempo, atenda aos critérios de menor custo, maior rapidez, eficácia e mais confiabilidade das informações contidas no projeto.

4.1 CAMPO EMPÍRICO

O campo empírico da nossa pesquisa é constituído pelas mídias sociais De olho na CI, seu *blog*, *Twitter* e *Facebook*. O *blog* De olho na CI foi criado em 13 de agosto de 2010 pela Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), com a missão de promover maior aproximação entre seu público-alvo (profissionais da informação) e os acontecimentos nos campos da Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Memória Social. A PBCIB possui um corpo editorial renomado composto por Isa Maria Freire (editora-chefe), Gustavo Henrique Freire e Vania Hermes de Araujo. E como editores-gerentes estão Pablo Matias Bandeira e Maurício Pereira da Costa Junior, graduandos em Biblioteconomia pela UFPB.

O *blog* é um projeto de extensão que acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LT*i* da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Devido a tal crescimento, o *blog* De olho na CI conseguiu em 2011, o seu ISBN nº. 383-6651-52-4, um grande marco para o *blog*, que passou então, a ter um registro internacional.

O *twitter* De olho na CI foi criado em 20 de outubro de 2010, possui atualmente 571 seguidores e 1.437 *tweets*. O *Facebook* foi criado em 15 de outubro de 2011 para

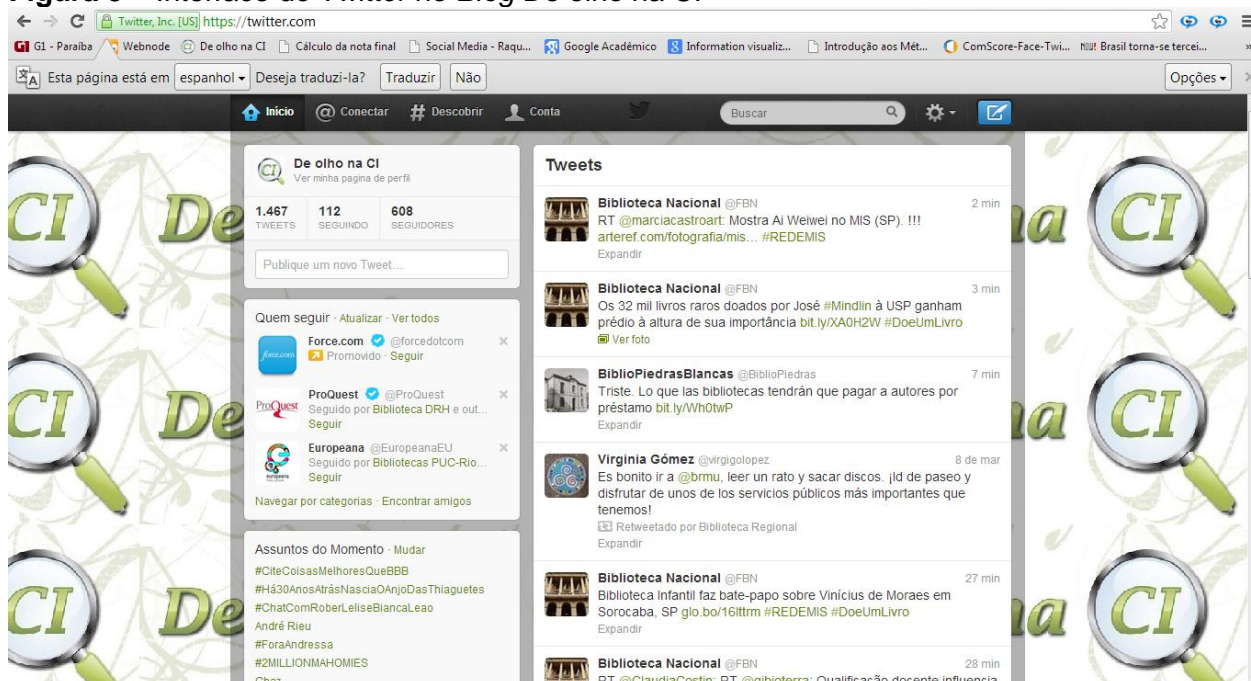
aumentar a interação com o público-alvo e fechar o ciclo de mídias sociais analisadas nesta pesquisa. Atualmente 347 pessoas curtem a página. A seguir apresentamos as interfaces do *Twitter* e *Facebook* no *Blog De olho na CI*.

Figura 4 – Interface do *Blog De olho na CI*



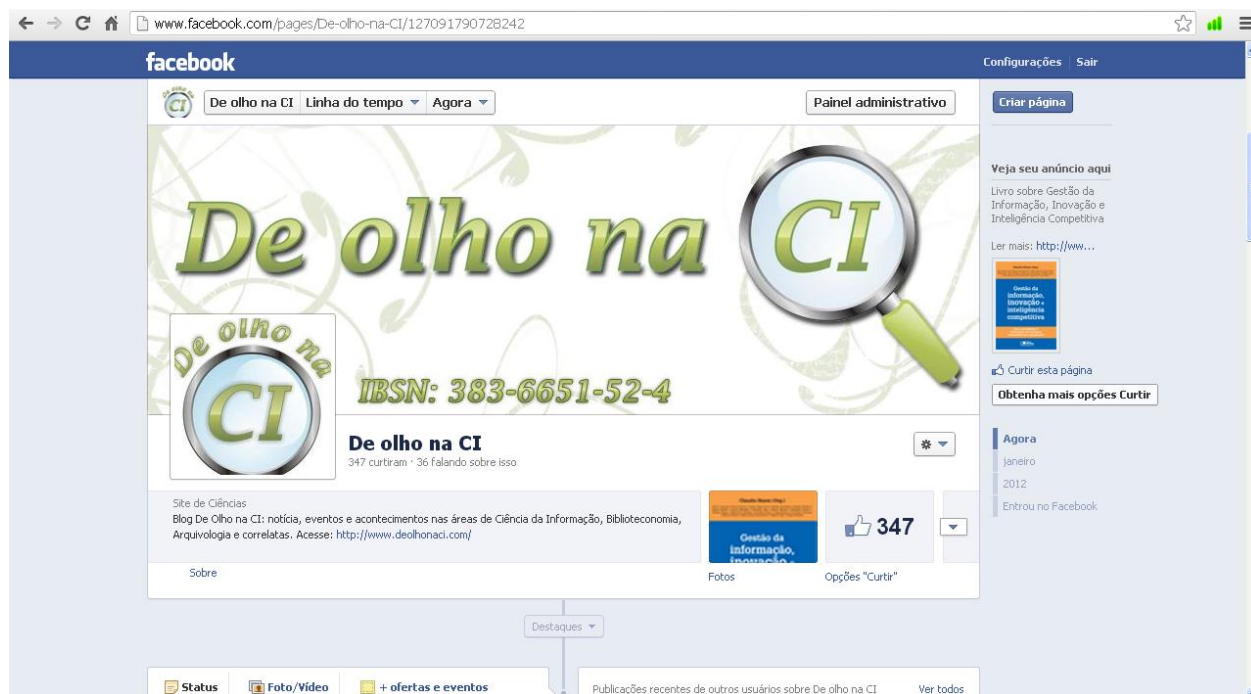
Fonte: Disponível em: <<http://www.deolhonaci.com>>.

Figura 5 – Interface do *Twitter* no *Blog De olho na CI*



Fonte: Disponível em: <<http://www.twitter.com/@DeolhonaCI>>.

Figura 6 – Interface do *Facebook* no *Blog De olho na CI*



Fonte: Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/De-olho-na-CI/127091790728242>>.

A seguir, detalhamos todo o percurso metodológico feito nesta investigação e procuramos mostrar a metodologia adotada e as observações constantes no diário virtual.

4.2 PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DE PESQUISA

A escolha metodológica deste estudo pautou-se pelo interesse em ampliar o entendimento sobre o conceito de mídias sociais do ponto de vista da Ciência da Informação, como tecnologias de disseminação da informação, e sua relação com as redes sociais na *internet*. Em virtude de ser um tema ainda pouco explorado, sobretudo no âmbito da CI, as perspectivas metodológicas de abordagem qualitativa se adequaram aos objetivos pretendidos, principalmente por enfatizar a comunicação do pesquisador com o campo e seus membros como parte inerente ao processo de produção do conhecimento.

O universo estudado correspondeu aos atores sociais participantes das mídias sociais. De olho na CI, suas interações e correlações dentro dessas mídias. O período da coleta de dados deu-se de março de 2012 a janeiro de 2013.

Quanto ao tipo de pesquisa optamos pela descritiva, por identificar as características de um determinado problema ou questão e descrever o comportamento dos fatos e fenômenos (MUELLER, 2007). Terá um caráter bibliográfico, por se tratar de uma pesquisa elaborada a partir de materiais já publicados, como livros, artigos científicos, materiais publicados na *internet*, etc. E, em especial, porque fundamentamos nosso referencial teórico a partir das leituras e reflexões advindas de autores como Wersig e Neveling, Freire, Saracevic, Castells, Tomaél, Marteleto, Recuero, Valentim, dentre outros. Adotou-se uma abordagem quali-quantitativa. A abordagem quantitativa facilitou a busca por traduzir em números as informações disponíveis nas ferramentas de métricas para, então, se obter a análise dos dados e, posteriormente, chegarmos a uma conclusão.

O estudo qualitativo adequou-se melhor por se tratar de uma pesquisa social, pois conforme Valentim (2005, p. 84):

A ênfase qualitativa considera os indivíduos como atores sociais, que constroem sua realidade, buscando e criando significados, fundamentada na interação social que delinea os parâmetros e as especificidades que medeiam o compartilhamento da informação e a construção do conhecimento na rede.

Trazemos concomitantemente, a abordagem quantitativa para garantir a objetividade do estudo, sobre o qual Richardson (1999) destaca que esse método possibilita ao pesquisador utilizar técnicas estatísticas tanto no momento da coleta, como no tratamento das informações, facilitando assim, a compreensão e o alcance de uma maior exatidão durante a análise dos dados, buscando excluir a influência do pesquisador e do sujeito da pesquisa, principalmente no que se refere às opiniões subjetivas. E pela “necessidade de medir os padrões de relacionamentos e as inter-relações dos atores em uma configuração de rede, com base em seus contatos” (VALENTIM, 2005, p. 83). A autora explica ainda que esses dados podem ser coletados em forma de questionários, diários, observações e, mais recentemente, pelo monitoramento do computador.

No que se refere aos instrumentos de pesquisa utilizados para a coleta dos dados de forma eficiente, decidimos por três: as **técnicas da observação participante**, que nos permitem um maior acesso ao fenômeno estudado; **diário de campo**, no qual serão relatadas, mediante visitas virtuais, todas as movimentações; e **interações dos atores sociais** bem como suas relações, quantitativos de acessos e novos usuários, por exemplo.

A análise dos dados será documental ligada ao contexto da pesquisa na *internet*, pois a mesma se tornou importante para nossa pesquisa pelo fato de que a *internet* é uma indispensável fonte de pesquisa para os diversos campos do conhecimento, principalmente na CI, como pode ser explicado por Flick (2009, p. 249):

A *web* está cheia de documentos, tais como páginas pessoais e institucionais, documentos e arquivos que se pode baixar dessas páginas, jornais *online*, anúncios, etc. Se a questão de pesquisa exigir análise desses documentos, o pesquisador encontrará uma multiplicidade infinita de *sites* e de documentos, muitas vezes com conexões entre si ou entre sites específicos.

Para o autor, não é nenhuma surpresa que a *internet* tenha sido descoberta como objeto de pesquisa, mas também como uma ferramenta a ser usada para a

pesquisa (FLICK, 2009), pois, os dados ali contidos, sejam estatísticos, rascunhos, notas, páginas, são documentos utilizados para uma investigação.

Dada a importância de tais estudos dentro da rede *internet*, pesquisas voltadas a esta temática estão em ascensão. D'Andrea (2006) explicita que:

Uma avaliação eficiente de informações disponíveis na internet depende ainda da consolidação de uma área de estudos sobre o tema. Mesmo considerando que o ato de avaliar algo é, por natureza, uma ação subjetiva, isto é, depende da interpretação e ponto de vista de um sujeito específico, acreditamos ser relevante e possível o desenvolvimento de reflexões, especialmente no ambiente diverso e plural da internet. (D'ANDREA, 2006, p.39-40)

Com o imenso quantitativo de informações contidas na pluralidade da *internet*, tornam-se relevantes os estudos voltados que utilizam os documentos existentes na rede, devido ao crescimento do uso e à inserção de mais pessoas no ciberespaço.

Unindo-se à análise documental, utilizamos a análise de redes sociais na *internet* como cumprimento de um dos objetivos específicos, no qual pretendemos mapear uma rede de filiação do *Blog De olho na CI*, pois segundo Valentim (2005, p.86), “[...] o elemento fundante das redes sociais [Internet] são as relações de convívio, interação e pertencimento, nas quais se identificam a sua força e razão de ser”.

4.2.1 Relatos de uma navegante: o diário virtual

A partir da observação participante, detalhamos o andamento da pesquisa mediante o diário de campo, aqui chamado de diário virtual. Procuramos, com a observação, acompanhar o desempenho das quantidades de acessos, interações e visitas. Para Cruz Neto (1994), essa técnica se torna importante, pois podemos captar uma variedade de fenômenos que não são obtidos por meio de perguntas [...] os observados transmitem o que há de mais imponderável e evasivo na vida real.

No diário virtual, anotamos todas as reflexões acompanhadas na pesquisa, bem como o detalhamento ocorrido com as tecnologias de coletas de dados e os empecilhos ocorridos para que a pesquisa não lograsse o êxito pretendido.

No caminhar da pesquisa fizemos um levantamento de ferramentas de métricas e monitoramentos de mídias sociais que poderiam ser utilizadas para a coleta dos

dados. Pois, os *blogs*, em seus mais variados formatos e gêneros (demais mídias sociais) são tecnologias ricas para estudos empíricos ao serem analisados a partir de perspectivas netnográficas nos últimos anos, como atestam as autoras Amaral, Natal e Viana (2008). Trata-se de um método de pesquisa em que se procura um maior grau de proximidade entre o pesquisador e seu objeto de estudo, como uma forma de melhor compreender as interações sociais estabelecidas no ambiente virtual, a que se propõe o estudo.

O uso de tecnologias de métricas e monitoramentos foi imprescindível para nossa pesquisa. Existem tecnologias pagas e gratuitas. Neste trabalho, a busca foi feita em torno das gratuitas a fim de auxiliar em outras pesquisas. No diário virtual anotamos todas as tecnologias, seus prós e contras, o que é certo ou errado nessa busca. Há um amplo mar de possibilidades para essas métricas. Por isso, listamos abaixo, um rol com as dez (10) tecnologias mais utilizadas na *web*:

Quadro 3 – Dez tecnologias de métricas e monitoramentos

1. Social Mention
Define-se a(s) palavra(s) a ser(em) monitorada(s). Pesquisa menções em várias mídias sociais, possibilitando filtrar as mais interessantes. A ferramenta disponibiliza um resultado completo, com <i>top users</i> , <i>top keywords</i> e <i>top hashtags</i> . Mostra também há quanto tempo o último usuário mencionou a(s) palavra(s) escolhida(s).
2. Whos Talkin
A interface é simples e a pesquisa, fácil de ser realizada. Faz uma busca simples e <i>linka</i> as menções com os comentários diretamente nas redes em que foram postadas.
3. Kurrently
Monitora o <i>Facebook</i> e o <i>Twitter</i> . Através da ferramenta, é possível visualizar o nome e a foto de quem fez a menção na <i>internet</i> . A vantagem do Kurrently é que você pode subscrever as menções e recebê-las em seu <i>e-mail</i> ou acessá-las em algum leitor de <i>feed RSS</i> .
4. Likester
Só rastreia o <i>Facebook</i> , mas mostra o que seus fãs estão curtindo. A partir dessa ferramenta, é possível conhecer melhor o público-alvo da empresa e ajustar o conteúdo de acordo com as preferências de seus fãs.
5. Topsy
Interface semelhante ao Google, monitora também o Google+, o que faz toda a diferença, pois ainda são poucas as tecnologias que monitoram essa plataforma. Pode

parecer complicado de entender em um primeiro momento, mas apresenta uma lista com os *posts* originados na última hora, no último dia e na última semana.

6. Tweetreach

Ela mostra quantas pessoas foram atingidas pelos *tweets* gerados acerca do termo pesquisado. Expõe os dados em gráficos, mostra quantas *replies* e RTs foram dados e ainda lista os comentários que geraram as estatísticas. A única desvantagem é que só analisa os últimos 50 *tweets*.

7. Trendsmap

Essa é bem interessante! Lista as *hashtags* e os assuntos mais comentados no *Twitter*. Pode ser usada para gerar conteúdo e, conseqüentemente, angariar novos seguidores.

8. Tweriod

Mostra o horário e dia da semana em que seus usuários ficam mais tempo *on-line*. A partir dela, o analista pode definir os horários de inserção do conteúdo de sua empresa no *Twitter*. Para acessar a ferramenta, é necessário estar *logado* no *microblog*.

9. Followerwonk

Essa ferramenta é importante no sentido de comparar concorrentes porque possibilita ao usuário comparar dois ou mais perfis no *Twitter*, mostrando, entre outras coisas, a média de novos seguidores e de postagens diárias.

10. Tweetlevel

Tem vantagem sobre os demais por ser essencialmente simples. Não exige cadastro, como *Klout Score*, e tem uma base de pesquisa bem maior do que o *PeerIndex*, que só pesquisa a influência dos internautas cadastrados em seu banco de dados. Essa ferramenta pode ser importante para guiar na hora de definir, a partir da influência, que tipo de resposta o usuário reclamante terá.

Fonte: Adaptado de <http://blogmidia8.com/2012/01/10-ferramentas-gratuitas-de.html>, 2013.

Testamos as tecnologias e observamos que muitas delas não atingiam os objetivos da nossa pesquisa. Algumas informavam apenas quantos *retweets* foram registrados, outras mostravam apenas o crescimento de seguidores. No início da coleta de dados optamos por uma ferramenta que não consta na listagem acima, o *TweetAuditor*. Após alguns meses de coleta de dados nesta ferramenta, nos deparamos com a seguinte informação:

Figura 7 – Comunicado *TweetAuditor*

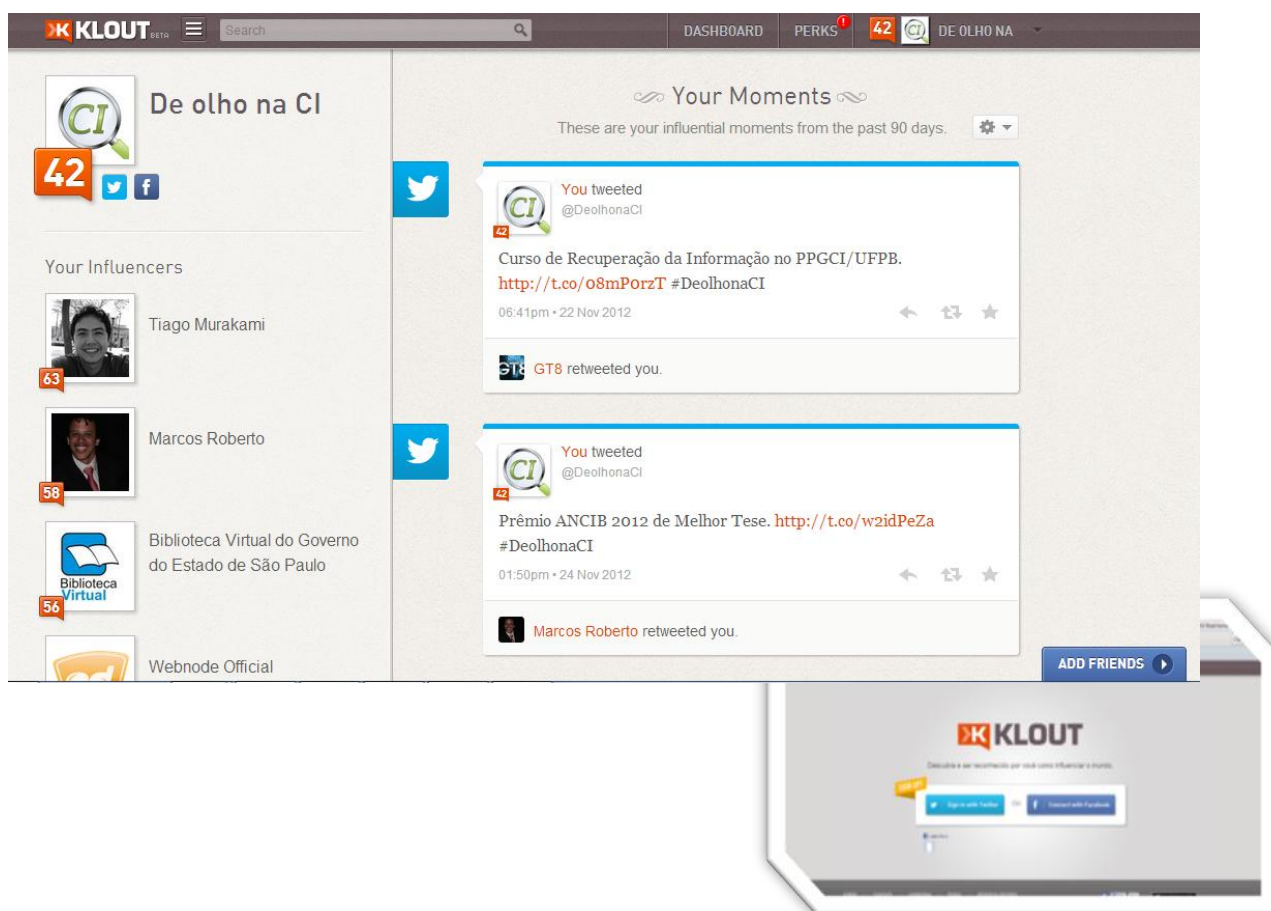
Comunicado sobre os serviços

Devido à grande sobrecarga nos nossos servidores, fomos obrigados a desabilitar o monitoramento de contas que fornecia estatísticas e informações sobre os seguidores. Estamos verificando a possibilidade de colocar o serviço de monitoramento de volta em contas pagas, de maneira a viabilizar o serviço.

Fonte: Disponível em: <<http://www.tweetauditor.in>>.

Ficamos surpreendidos, tivemos o monitoramento suspenso por meio desta ferramenta e começamos então, a buscar e testar novas tecnologias que substituíssem aquela já utilizada. Os dados anteriores ficaram registrados em nosso diário virtual e, a partir de então, utilizamos a ferramenta *Klout* para coletar dados relacionados ao *Twitter* do De olho na CI.

Figura 8 - Detalhes do Klout



Página principal do De olho na CI no Klout. À direita, interface do Klout.

Fonte: Disponível em: <<http://www.klout.com/#/DeolhonaCI>>.

O *Klout* é uma ferramenta que analisa a influência que um usuário tem no *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Tumblr*, *FourSquare*, *Google+*, *LinkedIn*, *YouTube*, entre outras mídias sociais. Para se calcular esta influência, o *Klout* mede a interação existente entre as pessoas dentro da rede. Para isso, a ferramenta calcula a interação das pessoas e não apenas quantos seguidores ou amigos ela possui na *internet*. O recurso serve tanto para indivíduos quanto para empresas.

A ferramenta usa dados das mídias sociais, a fim de medir quantas pessoas você influencia, o quanto essas pessoas são influenciadas por você e o impacto de sua rede de seguidores/amigos. Para tanto, quanto maior sua pontuação (que vai de 0 a

100), mais influente sua mídia social é na rede. O recurso, baseado em 25 critérios, considera a sua ação na *web* e, a partir disso, calcula a sua popularidade no *Klout*. Ela avalia se as publicações postadas são interessantes, a rapidez com que alguém *retuita* uma mensagem sua e a influência que você exerce sobre os seus seguidores.

De acordo com sua pontuação, os usuários são classificados mediante a *True Reach* [Alcance Real] e *Amplification* [Amplificação]. No alcance real, é observada a quantidade de pessoas que o usuário influencia na rede, ou seja, a rapidez e regularidade com que alguém responde ou compartilha uma publicação sua. Já a amplificação mede o quanto você consegue influenciar as pessoas da sua rede. O usuário tem a capacidade de amplificação aumentada quando os usuários interagem com as suas postagens.

Como toda pesquisa, estamos propícios a empecilhos e limitações durante o período da investigação. Mencionamos anteriormente, a perda de algumas ferramentas de métricas e monitoramentos para a coleta dos dados. Não obstante, encontramos mais à frente outra barreira junto ao Comitê de Ética da UFPB, sediado no Centro de Ciência da Saúde (CCS), *Campus I*, João Pessoa/PB.

Em seguida, partimos para um plano B: criamos um questionário *on-line* (APÊNDICE A) para ser submetido aos participantes do *blog*, *Twitter* e *Facebook*. De olho na CI, a fim de coletar dados relacionados aos perfis dos usuários, acessos, áreas de interesses, opiniões, entre outros. O modelo do questionário *on-line* pode ser conferido ao final, nos Apêndices.

Para utilizarmos tal questionário na pesquisa, precisamos entrar com um processo junto ao Comitê de Ética da UFPB, no CSS, através do *site*: <http://www.ccs.ufpb.br/eticaccsufpb/>, no qual constam todos os procedimentos a serem realizados para que o projeto de dissertação seja analisado pelo comitê. Procedimentos estes relacionados a seguir:

- Submeter o projeto à plataforma Brasil através do *site*: <http://www.saude.gov.br/plataformabrasil>. (Entrando na plataforma o processo de submissão consta de 10 etapas);

- Cadastro do pesquisador e submissão *on-line* da proposta de pesquisa pelo pesquisador responsável ou assistente;
- Observar o material informativo sobre Plataforma Brasil, disponibilizado na página www.ccs.ufpb.br no *link* do Comitê;
- Feito o registro, imprimir folha de rosto com o nome da instituição proponente e setor da pesquisa, respectivamente. A folha de rosto será assinada e carimbada, em seguida digitalizada e reenviada *on-line* ao *site* da Plataforma Brasil;
- Envio de documentos necessários no campo *upload* documentos ao *site* da Plataforma Brasil;
- Anexar o Projeto completo (incluir orçamento, cronograma, instrumento de coleta);
- Produzir e enviar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE);
- Enviar certidão de aprovação do projeto de pesquisa pelo Departamento ou Programa de Pós-graduação (Exceto para o PIBIC/PIVIC);
- Enviar carta de anuência (assinada e carimbada pela instituição), caso seja realizada em instituição fora do âmbito da UFPB.

As reuniões do Comitê de Ética para análise dos projetos de dissertação só ocorrem uma vez por mês e, normalmente, as pesquisas devem ser submetidas até o dia 15 de cada mês. Conseguimos concluir todo processo de submissão e envio dos documentos solicitados em 11 de outubro de 2012, pela manhã (ANEXO 2), para que o projeto pudesse ser analisado ainda em outubro. Em 31 daquele mês recebemos o Parecer Consubstanciado, nº. 135.707, datado de 30 de outubro de 2012 (ANEXO 1), solicitando alterações no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e solicitando o envio da Declaração de Aprovação do Projeto de Qualificação (ANEXO 3), a mesma que já havia sido enviada juntamente com todos os demais documentos.

Para que não houvesse dúvidas, fomos pessoalmente à sala do Comitê de Ética e chegando lá escutamos surpreendentemente a informação de que nossa pesquisa só seria validada, ou só poderia lidar com pessoas, se todos os participantes assinassem o TCLE. No caso, eu teria que enviar via *e-mail* o TCLE para que os participantes o assinassem e me mandassem de volta. Como nossa pesquisa tem um

público-alvo disperso em todo o Brasil e em países estrangeiros, foi contestado o *porquê* do questionário com o TCLE direto na página *on-line* do formulário não seria aceito como validado, se tantas outras pesquisas, também *on-line*, se utilizam desse método para coletar seus dados.

A resposta nos veio dias depois, da própria funcionária do setor, a qual afirmou que parte do colegiado competente não aceitou esse tipo de questionário *on-line* se o mesmo não tivesse a assinatura à mão do próprio participante, enquanto a outra parte do colegiado aceitou que o TCLE estivesse dentro do questionário *on-line* para que fosse autorizado direto na página pelo participante. Diante disso, surgiu o dilema de ser liberado ou não devido à assinatura de todos os participantes, que seriam em torno de 200 pessoas.

O Comitê, então, passou a decisão para o Conselho Superior de Pesquisa, Ensino e Extensão – CONSEPE que, por sua vez, decidiu devolver a decisão final para o Comitê de Ética do CCS. Tendo este último decidido por liberar a aplicação do questionário, caso enviássemos o TCLE via *e-mail* para todos os participantes da pesquisa, onde eles deveriam imprimir o termo, assiná-lo, digitalizá-lo e reenviá-lo assinado para nós. Realçaram ainda, que o *e-mail* escrito e enviado pelo participante não serviria como autorização para validar a aplicação, embora sendo o *e-mail*, nos dias atuais, um documento legal perante a Justiça.

Assim sendo, tornou-se inviável o envio do questionário *on-line* para os participantes da pesquisa (em nível nacional), pois, os mesmos poderiam se sentir coagidos ou até mesmo receosos em enviar sua assinatura pessoal digitalizada via *internet*, o que faria diminuir nossa amostra tornando-a impossível de ter validade pelo quantitativo de participantes não refletir a real amostragem.

A partir do questionário *on-line* iríamos coletar dados, tais como: grau de instrução, faixa etária, frequência de acesso à *internet*, quantas vezes os usuários acessam o *blog*, *Facebook* e *Twitter*. De olho na CI, quais as seções mais visitadas, através de quais mídias sociais os usuários têm acesso ao *blog*, quais conteúdos interessam mais aos profissionais da informação, se eles compartilham, curtem ou *retuitam* as informações contidas nas mídias e, por fim, se eles utilizam as mídias sociais. De olho na CI como fontes de informação.

Portanto, a parte que daria o arcabouço qualitativo à nossa pesquisa ficou prejudicada devido à burocracia enfrentada junto ao Comitê, e pelo fato de que boa porção do colegiado, responsável por analisar o projeto, não seria da área de Ciências Sociais Aplicadas e não dominaria ou conheceria as novas formas de metodologias utilizadas nas pesquisas sociais.

Para que outras pesquisas, assim como a nossa, não sejam prejudicadas deveriam ser criados Comitês de Ética em cada Centro (Ciências Sociais, Humanas, Tecnológicas, entre outros) formados por pesquisadores que possam subsidiar e favorecer as futuras pesquisas.

Acreditamos, portanto, que os procedimentos metodológicos apresentados foram importantes para o delineamento da pesquisa e para alcançarmos os objetivos propostos nesta dissertação.

5. ANALISANDO OS RESULTADOS E ALCANÇANDO OS OBJETIVOS

Nesta seção, dividiremos cada objetivo delineado para esta dissertação em subseções para que se torne mais fácil e proveitosa a leitura do percurso traçado em toda a investigação.

Ficará, então, dividida em 4 subseções: a primeira atenderá ao objetivo de descrever a estrutura, processos e conteúdos das mídias sociais De olho na CI; na segunda, desenhemos o perfil dos usuários das mídias sociais do De olho na CI; já na terceira, mapeamos uma rede de filiação do De olho na CI e, por fim, observamos as interações existentes dentro das mídias sociais do *blog* De olho na CI.

5. 1 DESVENDANDO AS MÍDIAS SOCIAIS DE OLHO NA CI

Dando início ao nosso primeiro objetivo específico, visto anteriormente, procuramos nesta subseção desvendar as mídias sociais De olho na CI descrevendo sua estrutura, processos e conteúdos. Começaremos detalhando o primeiro objeto do nosso estudo: o *blog* De olho na CI.

A equipe responsável pela revista PBCIB sentiu a necessidade de estar mais próxima do seu público- alvo. Partindo desse pressuposto criou-se então, o *blog* De olho na CI, como já evidenciado anteriormente. A seguir descreveremos, com detalhes, a arquitetura do *blog* e como se dá o processo de produção das notícias.

De março de 2011 a junho de 2012, eu, Aline Poggi Lins de Lima exercia a função de editora responsável pelo *blog* De olho na Ci, e Maurício Pereira da Costa Junior, bolsista PIBIC, a de editor adjunto. Em julho de 2012, a editoria passou a ser realizada por Nonato Ribeiro, bibliotecário da Universidade Federal do Cariri (UFC) e tendo como editores adjuntos, Breno Oliveira (bolsista PIBIC/CNPq) e Cristiano Santana Costa (bolsista PIVIC/CNPq), graduandos em Biblioteconomia na UFPB. A motivação da mudança foi porque precisei me afastar para poder concluir a coleta e a análise dos dados desta dissertação.

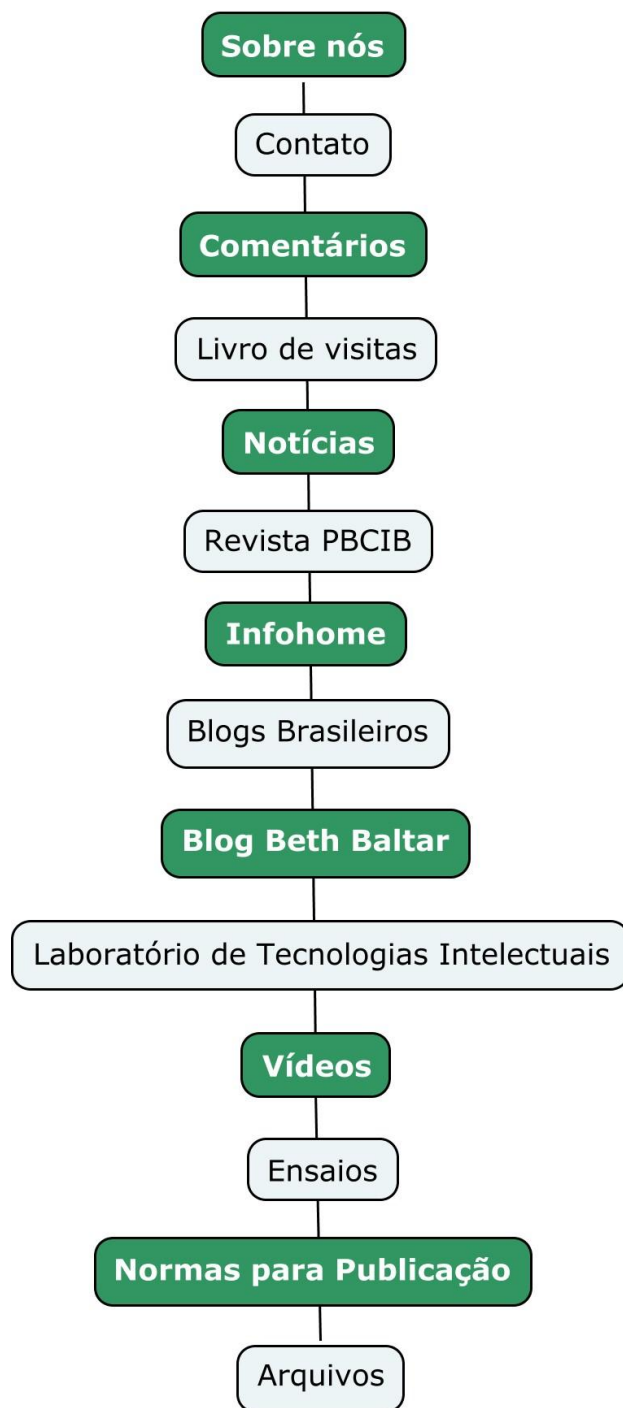
O *blog* De olho na CI encontra-se disponível dentro da plataforma *Webnode*¹⁶ especializada em construção de *websites* e *blogs*, funcionando à base de *drag-and-drop*, também conhecido como “arraste e largue”. Dentro da plataforma é disponibilizada uma página pré-formatada com recursos básicos para a construção do *blog*, editoração de notícias, comentários, *links*, imagens e vídeos. Este construtor é uma ferramenta que possibilita o desenvolvimento de *sites* e, também, oportuniza a produção de *blogs*, de forma livre e em tempo real.

Ao iniciar a interface do *blog* De olho na CI encontramos as seguintes seções: Sobre nós, Contato, Comentários, Livro de Visitas, Notícias, Ensaio, Revista PBCIB, Laboratório de Tecnologias Intelectuais (LT¹), *Blogs*, Vídeos e Normas para publicação, além das seções *Infohome* e o *Blog* Beth Baltar, que redireciona para seus respectivos *sites*. As seções dos *blogs* assemelham-se a “prateleiras de uma biblioteca” onde em cada seção pode-se encontrar aquilo que procuramos divididos por temáticas.

A figura a seguir mostra-nos cada seção:

¹⁶ Disponível no site <http://www.webnode.com.br/>

Figura 9 - Seções do *blog* De olho na CI



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Para um melhor entendimento do processo ocorrido no *blog*, descreveremos cada seção a seguir:

- **Sobre nós:** Nesta seção encontramos a finalidade, objetivos e público-alvo do *blog*. Descrição da Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB);
- **Contato:** Local disponível para contato direto com editores do *blog* via *e-mail*;
- **Comentários:** Espaço onde os usuários podem expressar suas opiniões, sugestões e experiências;
- **Livro de visitas:** Campo reservado para armazenamento de todos os comentários disponibilizados no *blog*;
- **Notícias:** Seção reservada para postagem de notícias sobre eventos, congressos, seminários, conferências, concursos, e tudo que estiver relacionado às áreas de Biblioteconomia, Ciência da Informação, Arquivologia e Museologia;
- **Ensaio:** Espaço reservado à publicação e compartilhamento de experiências enviados pelos leitores;
- **Revista PBCIB:** Campo com *link* direto para a Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia, a qual deu início ao *blog*;
- **Laboratório de Tecnologias Intelectuais (LTi):** O projeto acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LTi da UFPB e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq. Por este motivo foi criada esta seção a fim de que os leitores pudessem conhecer melhor outros projetos desenvolvidos pelo LTi;
- **Infhome e Blog Beth Baltar:** Redirecionamento para estes dois *websites* que possuem ligação direta com o De olho na CI;
- **Blogs:** Este espaço foi criado para listar e informar *blogs* interessantes à área de Ciência da Informação e afins, com o intuito de manter uma rede de contatos de interesses para os leitores e para o *blog*;
- **Vídeos:** Seção destinada à divulgação de vídeos relacionados à CI e áreas afins atuando em colaboração com Laboratório de Tecnologias Intelectuais – LTi;

- **Normas para publicação:** Espaço reservado às diretrizes para autores que almejem escrever e enviar seus ensaios para publicação no *blog*;
- **Arquivos:** Nesta seção estão depositados os volumes e números anteriores do *blog*, nos quais estarão divulgados as notícias e ensaios publicados em seus respectivos períodos (v.1, n.1, 2010 e v.2, n.1, 2011).

A primeira seção do *blog*, **Sobre Nós**, resume a finalidade, objetivos e seu público-alvo e traz uma mensagem de boas-vindas para os leitores dos editores da PBCIB, Gustavo Henrique de Araujo Freire, Isa Maria Freire e Vania Maria Rodrigues Hermes de Araújo.

A seção **Notícias** é uma das mais atualizadas do *blog*, pois traz informes colhidos nas suas fontes de informação confiáveis, principalmente por estarem sempre atualizadas. Consideramos na pesquisa como fontes confiáveis ou de qualidade, aquelas que para Tomaél (2009, p.7):

[...] são fontes adequadas para o uso em contextos específicos; em outras palavras, são fontes que contêm um conjunto de atributos suficientes para atender às necessidades amplas e específicas, que possam contribuir para uma comunidade de usuários individuais que necessitem de informações personalizadas.

Assim, a editoria das mídias sociais De olho na Ci elenca as fontes de informação mais utilizadas pelos editores:

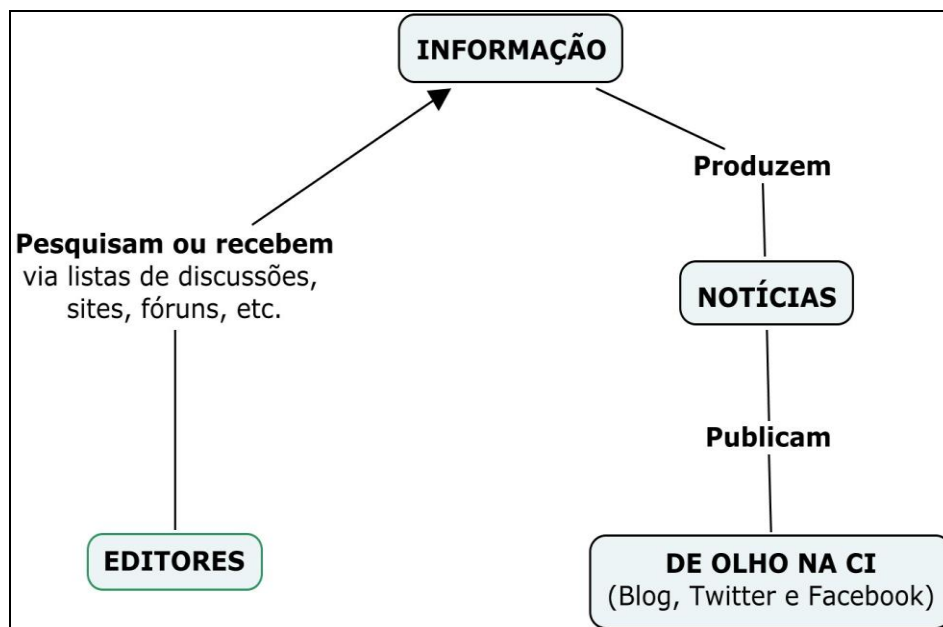
- Listas de discussão do Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias;
- **ANCIB** (Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, disponível em: <http://www.ancib.org.br/>);
- Listas da **EDICIC** (Associação de Educação e Pesquisa em Ciência da Informação da América Latina e Caribe, disponível em: <http://www.edicic.org/indexx.html>);
- Sites institucionais e governamentais relacionados à área: **ABECIN** (Associação Brasileira de Educação em Ciência da Informação,

<http://www.abecin.org.br/portal/>); **SBPC** (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, <http://www.sbpcnet.org.br/site/home/>); **ANPOCS** (Portal das Ciências Sociais Brasileiras, <http://www.anpocs.org/portal/>); **AAB** (Associação dos Arquivistas Brasileiros, <http://www.aab.org.br/>); **CFB** (Conselho Federal de Biblioteconomia, <http://www.crb8.org.br/>); **ABM** (Associação Brasileira de Museologia, <http://www.museologia.org.br/>); entre outros.

O *blog* reúne os mais diversos assuntos atuais e diversificados, com foco no público-alvo do De Olho na CI. A produção de notícias ocorre diariamente bem como a sua postagem. O processo de produção das notícias acontece após o recebimento ou a busca de pautas confiáveis enviadas por meio de lista de discussões e outras fontes de informação, como foi acima mencionado. Após a edição da notícia, a mesma é encaminhada ao editor adjunto, que faz sua postagem na plataforma *Webnode*. A notícia final contém as informações necessárias aos leitores, fonte de pesquisa e/ou *link* da página que originou a notícia. Para inserir a notícia no *Blog*, segue-se um padrão de formatação, realizado por meio de um *software* de editoração de texto. Assim, a notícia chega completa aos usuários.

Após a inserção da notícia, há a verificação dos *links* para que haja a confirmação de que remetem ao endereço correto. Além disso, há a atribuição de *tags* para facilitar a recuperação da informação. Segue abaixo para uma melhor visualização, o mapa de produção das notícias:

Figura 10 - Mapa de produção das notícias



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O processo de postagem das notícias no *Facebook* e no *Twitter* ocorre logo após a inserção das notícias no *blog*. As notícias são selecionadas de acordo com o público-alvo e, normalmente, são postadas tanto na *fanpage* como no *twitter*, notícias nacionais sobre concursos, cursos *on-line*, eventos, premiações, etc., que se propagam de forma mais acelerada atingindo uma maior quantidade de leitores.

Há um campo reservado ao **Laboratório de Tecnologias Intelectuais (LTi)** da UFPB, ambiente no qual ocorre o projeto do *blog* De olho na CI. O LT*i* tem como coordenadora geral, a Prof^a. Dr^a. Isa Maria Freire e é desenvolvido mediante parceria entre o Departamento de Ciência da Informação e o Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB. O LT*i* é um projeto de pesquisa - ensino - extensão com vistas ao desenvolvimento de ações que facilitem o livre acesso à informação científica e tecnológica, de modo a promover reflexões e propiciar competências em tecnologias intelectuais de produção, comunicação e uso dessa informação. Ele pode ser acessado através do site: <http://dci.ccsa.ufpb.br/lti/>.

A revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (**PBCIB**) criadora do *blog*, tem um *link* direto no De olho na CI que remete à sua página

de origem. Nele, o usuário encontra um pequeno resumo com o objetivo da revista: divulgar resultados de pesquisas brasileiras nas áreas de Ciência da Informação e Biblioteconomia, em níveis de graduação e pós-graduação, focalizando ações de informação e inclusão social.

Na seção **Livro de Visitas** ficam armazenados todos os comentários que são incluídos pelos leitores. Nesta área são postadas sugestões, elogios, e opiniões dos usuários como podemos observar nos comentários a seguir:

"Acompanho o De Olho na CI desde que entrei para estudar Arquivologia na UFPB. E a cada dia descubro assuntos legais que me ajudam na vida acadêmica."

"Muitas novidades interessantes encontrei aqui hoje. Parabéns pelo site."

"Olá! Adorei a página. Sugiro colocar e enviar newsletter p/os usuários."

"Parabéns! Ótimo site. Conteúdo atual e de muita serventia. Sugiro links para acessar páginas de Escolas de Biblioteconomia e CI brasileiras."

"Acabo de navegar rapidamente, mas já estou encantado com tamanha qualidade. Acredito que me tornarei um frequentador assíduo."

"Parabéns pelo blog! O conteúdo atual e interativo o torna prazeroso e interessante."

No Livro de Visitas acima mencionado ficam registrados os comentários que são digitados pelos usuários na seção **Comentários**. Nesta área, os usuários colocam seu nome, *e-mail*, assunto e sua mensagem desejada, como é apresentado no detalhe a seguir:

Figura 11 - Campo de preenchimento dos comentários

O formulário de comentários possui um cabeçalho com o título "Comentários". Abaixo dele, há quatro campos de entrada rotulados: "Nome", "E-mail", "Assunto" e "Mensagem". O campo "Mensagem" é uma área de texto maior. No canto inferior direito do formulário, há um botão "Enviar".

Fonte: Disponível em: <<http://www.deolhonaci.com>, 2013.

Como descrito anteriormente, temos uma seção reservada ao nosso **blogroll**, uma base de dados contendo *blogs* da área da Ciência da Informação. Nesta base, um breve resumo do tema ou assuntos abordados nos *blogs* ficam descritos, constando de 20 blogs referentes à Ciência da Informação, 21 de Biblioteconomia, 13 de Arquivologia e 5 de Museologia, totalizando 59 *blogs* indexados.

Encontraremos também na página do *blog* De olho na CI, os *blogs* **Infohome** e o da professora do Departamento de Ciência da Informação (DCI), a Dr^a. **Beth Baltar** bem como o com notícias atualizadas das áreas da CI e da Literatura Popular.

Figura 12 - Detalhe das seções *Infohome* e *Blog* Beth Baltar





Fonte: Disponível em: <<http://www.deolhonaci.com>>, 2013.

A seção **Normas para Publicação** visa trazer os padrões e formatos de arquivos, bem como o tipo de fonte, tamanho, alinhamento, espaçamento, quantidade de laudas e demais diretrizes para as publicações de ensaios no *blog* De olho na CI. A seção **Ensaio** é constantemente atualizada e possui mais de 40 textos publicados. Traz, em sua maioria, relatos de experiências sobre projetos, participação em eventos, vivências em órgãos institucionais. Tem como autores os bolsistas PIBIC, PIVIC, CAPES, mestrandos, doutorandos e professores, não só do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, mas também de outras instituições.

Dando continuidade, temos a seção **Arquivos** onde estão depositados todas as notícias e ensaios postados anteriormente no *blog*. Eles são periodicamente montados e organizados por volume e número. Local este onde o público-leitor pode fazer pesquisas de forma mais rápida e cronológica. Nele possibilita-se a procura por informação nos respectivos períodos, diminuindo o tempo que levaria na busca por trechos do *blog* relacionados a datas específicas, o que teria que ser feito página a página demandando muito tempo. Para acessar esta área, basta clicar em um dos ícones mostrados abaixo:

Figura 13 - Ícones de acesso aos arquivos



Fonte: Disponível em: <<http://www.deolhonaci.com>, 2013.

Concluindo a estrutura de *blog*, temos outro serviço utilizado pelo *blog* De olho na CI: os *feeds* RSS e a chamada “nuvem de *tags*”, que auxiliam o público-leitor na busca pela informação dentro do *blog*. Os *feeds* RSS são arquivos-texto codificados que permitem o envio de notificação automaticamente, de novos conteúdos na *web* aos usuários cadastrados na RSS (*Rich Site Summary, Really Simple Syndication*) do *site* ou *blog*. Os *feeds* são, segundo Almeida (2008, p. 90), “[...] lista constituída pelos elementos essenciais que descrevem uma determinada informação da *Web*: o título do documento, o seu URL (*Uniform Resource Locator*), o endereço que localiza os sítios na *web* e uma breve descrição de seu conteúdo”.

Os *feeds* são caracterizados pelas “*tags*” ou “nuvens de *tags*” que são palavras-chave que representam uma determinada informação. Essa estruturação permite ao público-leitor interpretar e apresentar o conteúdo de maneira correta. Além disso, permite uma melhor recuperação da informação no *blog*. Resumidamente, Cunha e Eirão (2012, p. 67) explicam que “o RSS foi criado para simplificar o tráfego das informações dos sítios através da *web*”.

Segundo Rocha e Bezerra (2010, p. 91):

[...] o RSS é um formato estrutural que auxilia os usuários a agregarem informações de muitas origens diferentes na *web*, proporcionando a divulgação de publicações provenientes da Internet. Qualquer dado na Internet pode se tornar um feed RSS, por exemplo, uma notícia de jornal, um artigo científico etc. Algumas vantagens do uso do RSS são: a

informação mais atual de um feed RSS está sempre disponível; ele permite que as informações sejam capturadas por programas leitores; seus assinantes não precisam usar sua caixa de e-mail para acessar as informações; ele é gratuito; e trata-se de um protocolo de conteúdo estruturado e reusável.

A tecnologia do RSS permite aos usuários da *internet* se inscrever em *sítes* ou *blogs* que fornecem esses "*feeds*" RSS, que mudam ou atualizam o seu conteúdo regularmente. Para isso, são utilizados "*feeds*" RSS que recebem estas atualizações. Desta maneira, o público-leitor cadastrado pode permanecer informado das diversas atualizações ocorridas dentro do *blog*. Essa tecnologia faz com que a informação siga o indivíduo e não mais o leitor busque a informação.

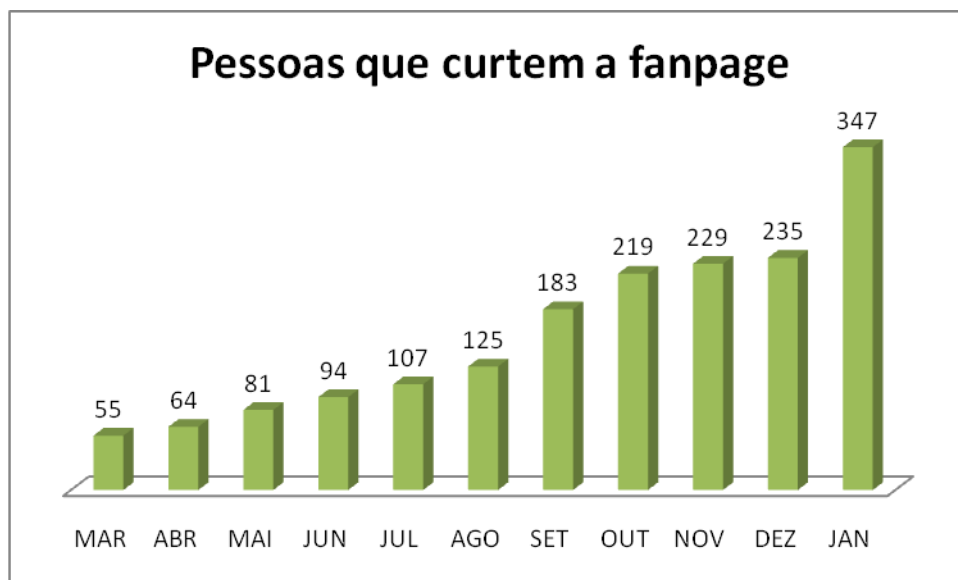
O funcionamento dessa tecnologia é relativamente simples: basta o usuário possuir um leitor do conteúdo RSS, também conhecido como agregador de conteúdo, dos *feeds* e nesse, o leitor selecionar suas áreas de interesse. Assim, o RSS direcionará as informações selecionadas pelo usuário para o *e-mail* cadastrado, uma maneira rápida de se obter a informação desejada, e uma forma eficiente de revisão das últimas informações publicadas nas várias páginas da *web*.

5.2 DESENHANDO O PERFIL DOS USUÁRIOS

Para podermos analisar os perfis dos usuários das mídias sociais De olho na CI, utilizamos os dados que estão disponibilizados nas próprias páginas. No caso do *Facebook* e para o *Twitter* dispomos da ferramenta *Klout* anteriormente detalhada no percurso metodológico.

O *facebook* De olho na CI foi criado em 15 de outubro de 2011. Atualmente temos 346 pessoas únicas *curtindo* a *fanpage*. Em média, no período de março/2012 a dezembro/2012, cerca de 35 pessoas semanalmente *curtiram* a página, compartilharam ou comentaram as notícias postadas.

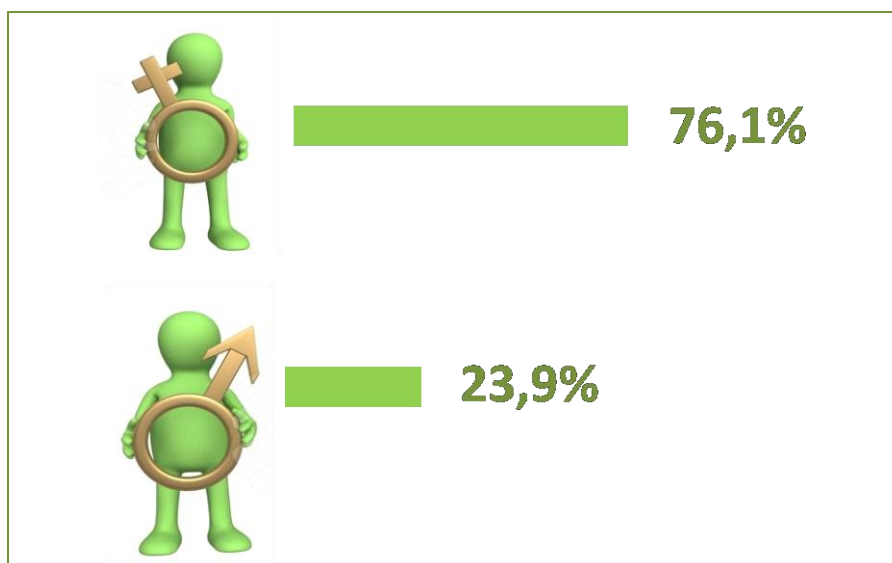
Gráfico 1 - Pessoas únicas que *curtem* a *fanpage* De olho na CI



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

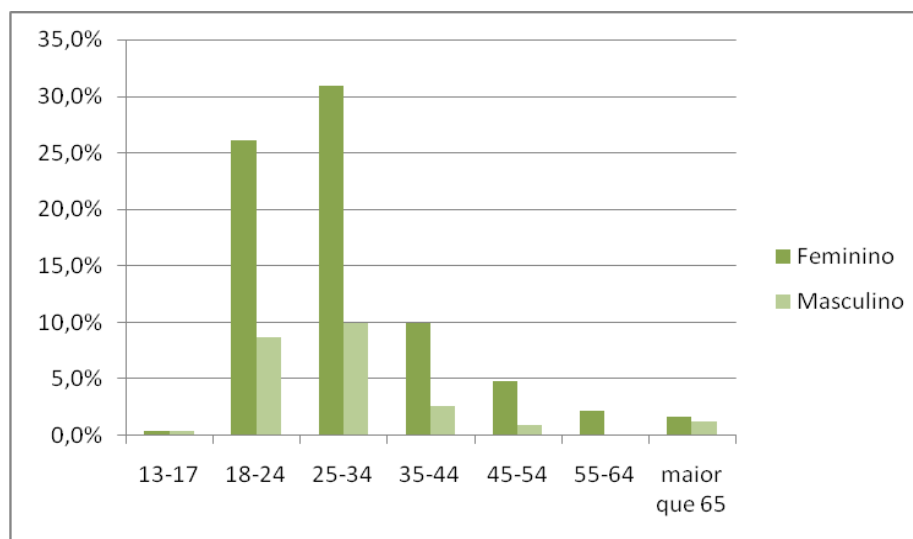
No gráfico, podemos observar a evolução do *facebook* De olho na CI desde a sua criação. O crescimento no número de pessoas únicas que *curtem* a página pode ser acompanhado de forma acelerada. Houve um crescimento de mais de 120% no período analisado.

Foram levantados dados quanto ao perfil dos usuários do *Facebook*. Quanto ao gênero, observamos que mais de 76% do público é feminino e cerca de 23%, masculino, como ilustramos a seguir.

Figura 14 - Perfil dos usuários do *Facebook*

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

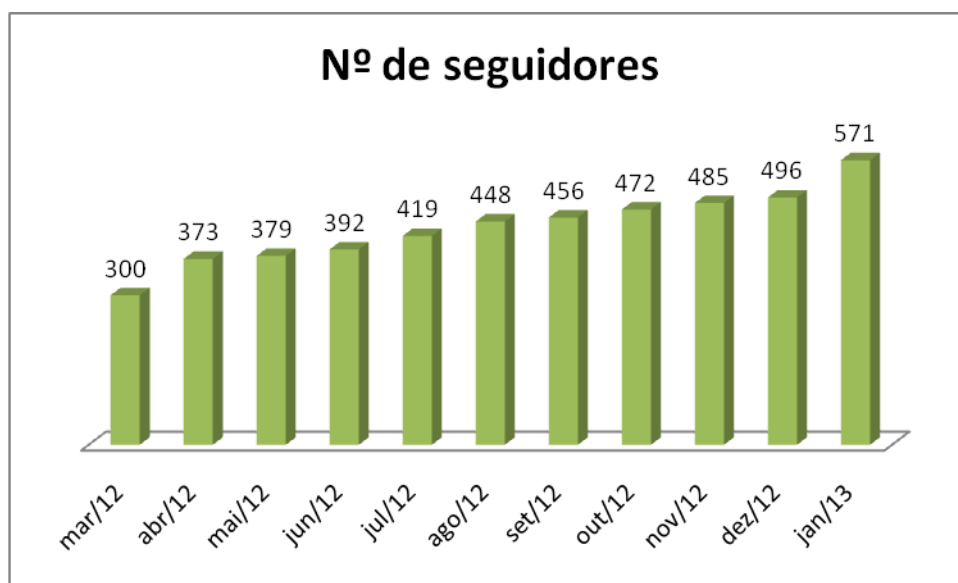
No que se refere à faixa etária, foi observado que o público-leitor de maior acesso à *fanpage* está entre 25 e 34 anos, tanto para o gênero feminino quanto o masculino; tendo em seguida a faixa etária de 18 a 24 anos. Um dado importante destacado na pesquisa foi a faixa etária de 55 a 64 anos, na qual não houve porcentagem para o gênero masculino, como vemos no gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Faixa etária do público-leitor do *Facebook*

Fonte: Dados das pesquisa, 2013.

A página oficial do *Twitter* De olho na CI, criada em 20 de outubro de 2010, possui até a data de 05 de dezembro de 2012, 571 seguidores; essa segue 111 perfis na rede e totaliza 1.437 *tweets* postados desde a sua criação até o fechamento da dissertação. Fazem parte do nosso público-leitor, pessoas físicas e instituições tanto públicas quanto privadas.

Gráfico 3 - Crescimento dos seguidores do *Twitter* De olho na CI



Fonte: Dados das pesquisa, 2013.

O gráfico acima nos proporciona observar o crescimento de mais de 50% dos seguidores durante o período da pesquisa. Vale lembrar que, muitos dos seguidores do *twitter* também *curtem* a página do *facebook*. Isso faz com que a disseminação e o compartilhamento de informação ocorram de forma mais rápida, em diversas mídias sociais, atingindo uma maior quantidade de profissionais da informação que seguem o De olho na CI ou que tenham visualizado notícias em perfis de seguidores/amigos das páginas.

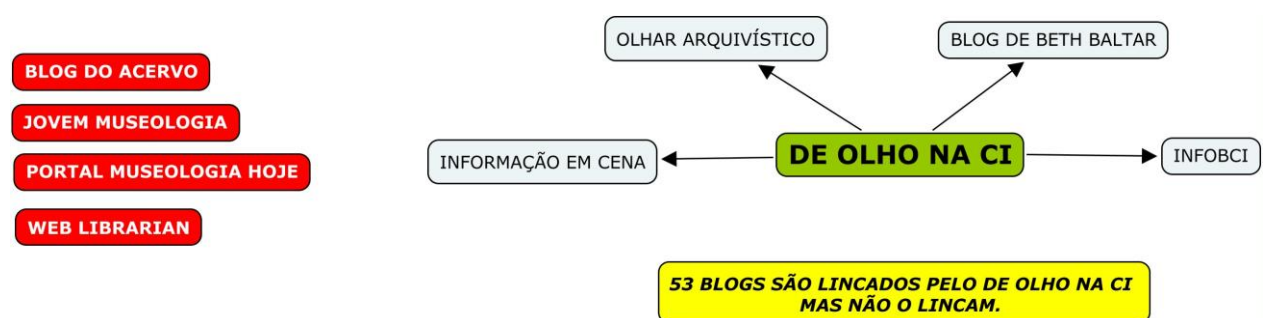
5. 3 MAPEANDO A REDE DE FILIAÇÃO DE OLHO NA CI

Para mapear a rede de filiação do *blog* De olho na CI, tomamos por base a lista de *blogs* e *sites* que estão inseridos no *Blogroll* do mesmo. Na lista constam 61 *blogs/sites* vinculados ao De olho na CI.

Partindo desta listagem, acessamos cada um deles para que pudesse ser feito o levantamento de quais *blogs* ou *sites* mantinham essa filiação com o De olho na CI. Filiação essa entendida na pesquisa como a vinculação do *blog* De olho na CI ao *Blogroll* de cada *blog* ou *site*.

Como podemos observar na figura abaixo, dos 61 *blogs/sites* lincados ao De olho na CI, 53 deles não têm o *blog* em sua lista (*blogroll*). Quatro (4) não existem mais ou estão desatualizados [marcados em vermelho] e apenas quatro (4) mantêm a filiação ativa com o De olho na CI, trocando experiências, atores sociais, notícias e informação. São eles: Informação em Cena, Olhar Arquivístico, *Blog* de Beth Baltar e InfoBCI.

Figura 15 - Rede de filiação do *blog* De olho na CI



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Dos que mantêm a filiação com o *blog*, apenas no **Blog Beth Baltar** encontram-se informações atualizadas sobre as áreas de Biblioteconomia, Ciência da

Informação e Literatura Popular. O **InfoBCI** é um espaço de comunicação entre estudantes, profissionais e pesquisadores ligados à Ciência da Informação. Nele são divulgadas as novas publicações nacionais relativas aos periódicos científicos e eletrônicos ligados à Biblioteconomia e à Ciência da Informação, com o objetivo de serem analisadas e comentadas pelo público, a fim de servir, a partir da inteligência e criatividade coletiva, não somente como banco de informação crítica e arquivo das publicações, mas, também, como uma fonte de ideias para novos trabalhos e pesquisas.

O *blog* **Informação em Cena** é editado pela Professora do Departamento de Ciências da Informação da UFPB, Luciana Ferreira da Costa. Tem como temáticas a Biblioteconomia, Arquivística, Estudos de Usuários, Usabilidade, Interação homem-máquina e Acessibilidade. O **Olhar Arquivístico** é editado por João Paulo Silva, graduando do Curso de Arquivologia (Bacharelado) da UFPB e foi criado para promover as publicações, palestras, encontros, etc., na área de Ciência da Informação, Arquivologia e Biblioteconomia.

No começo da pesquisa, logo que assumimos a editoria do *blog* De olho na CI foi enviado aos editores dos 61 *blogs*, um *e-mail* de apresentação e um convite para que fizessem uma parceria e, posteriormente, esta filiação entre os *blogs*. Poucos foram os editores que responderam ao *e-mail* enviado e se interessaram em manter contato e trocas de informações, o que ficou ressaltado na figura anterior.

Observamos, a partir deste mapeamento, que os *blogs* que possuem o De olho na CI em sua lista de *links* apresentam uma familiaridade com os conceitos e práticas adotadas pelo nosso objeto de estudo, desde a relação de *blogs* nacionais da área, notícias sobre concursos, eventos, periódicos científicos, busca, disseminação e uso da informação, ou seja, eles estão, assim como o De olho na CI, envolvidos com o campo científico e com tudo que o permeia.

5.4 AS MÍDIAS SOCIAIS DE OLHO NA CI: SUAS INTERAÇÕES E ACESSOS

As TICs permitem que possamos utilizar todas as tecnologias disponíveis por elas, como: dados estatísticos, números de visitas, visitantes únicos, e por quem são visitadas. É o que iremos analisar melhor no decorrer desta subseção, tanto do *blog*, *twitter* e *facebook* De olho na CI.

Começamos a análise pelo *blog* De olho na CI. Em 2011, o *blog* comemorou o marco de 3 mil visitantes únicos mensais e, neste ano, já ultrapassa a marca dos 10 mil visitantes. O *blog* ultrapassou 105.000 visitas. O número de visitas é contado a cada vez que o usuário entra na página inicial do *blog* para visualizá-lo.

Dentro da plataforma *Webnode*, existem tecnologias que auxiliam na obtenção de dados sobre os usuários, acessos, número de visitas, visitantes, páginas visitadas. Há, também, outras tecnologias de acompanhamento adicionadas ao *blog* durante a pesquisa (*ClustrMaps*, *Google Analytics*) que proporcionam dados sobre a localização geográfica, tempo médio de acesso por página, entre outros.

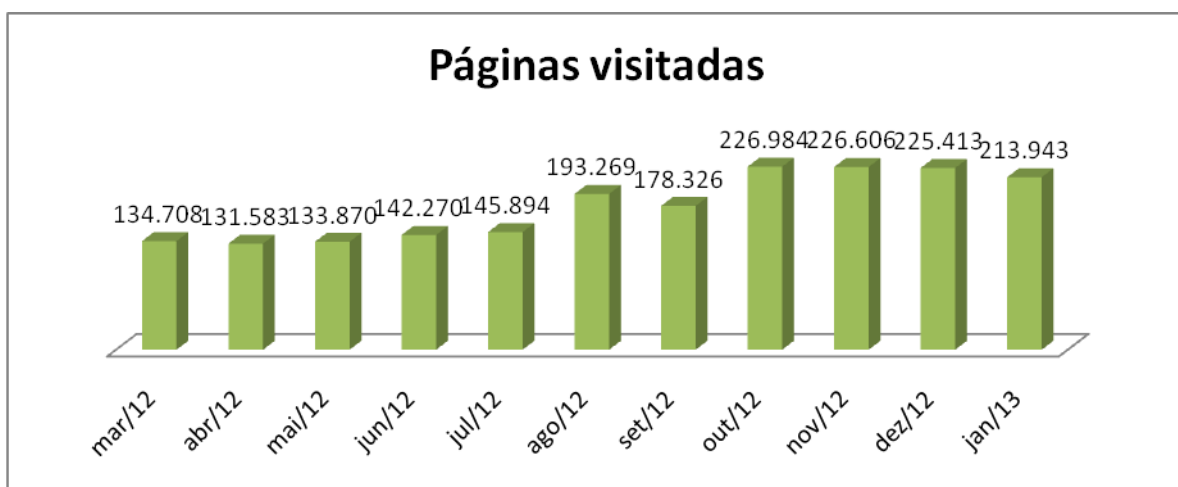
Através destas tecnologias e desses dados pôde-se conhecer um pouco mais sobre os usuários do *blog* De olho na CI, tornando possível assim favorecê-los, quanto à organização e disseminação das informações as quais disponibilizamos. Uma das estatísticas que a *Webnode* traz é o acompanhamento do número de visitantes únicos¹⁷, como poderemos observar no gráfico a seguir:

¹⁷ Entendendo-se aqui os visitantes únicos como sendo cada usuário (reconhecidos pelo IP do computador) no *blog* De olho na CI.

Gráfico 4 - Visitantes únicos

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

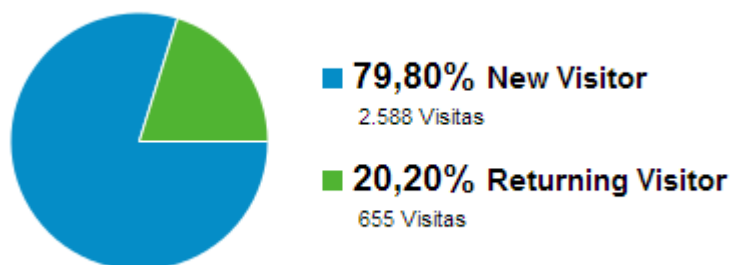
Os dados, mostrados acima, acompanham o crescimento do *blog* De olho na CI, descrevendo a frequência de leitores, por mês, que visitam a página. A interpretação destes dados nos mostra que o *blog* possui um número de visitantes fiéis, que retornam à página periodicamente, o acompanham mensalmente, e que se utilizam dele como fonte confiável de informação na *web*.

Gráfico 5 - Número de páginas visitadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Este gráfico nos permite acompanhar o percurso que os leitores fazem pelo *blog*, nos últimos onze meses (de março a janeiro de 2013) em comparação ao número de visitantes únicos. Os leitores têm visualizado, em média, trinta e cinco páginas por mês. Do número de visitantes que estiveram no *blog*, de junho a dezembro, 79,80% são de visitantes novos e os outros 20,20% são dos que retornaram totalizando cerca de 18.398 visitas. Dados estes obtidos através do *Google Analytics*¹⁸, incorporado ao *blog* desde o dia 17 de junho.

Figura 16 - Dados de visitas ao *blog* pelo *Google Analytics*

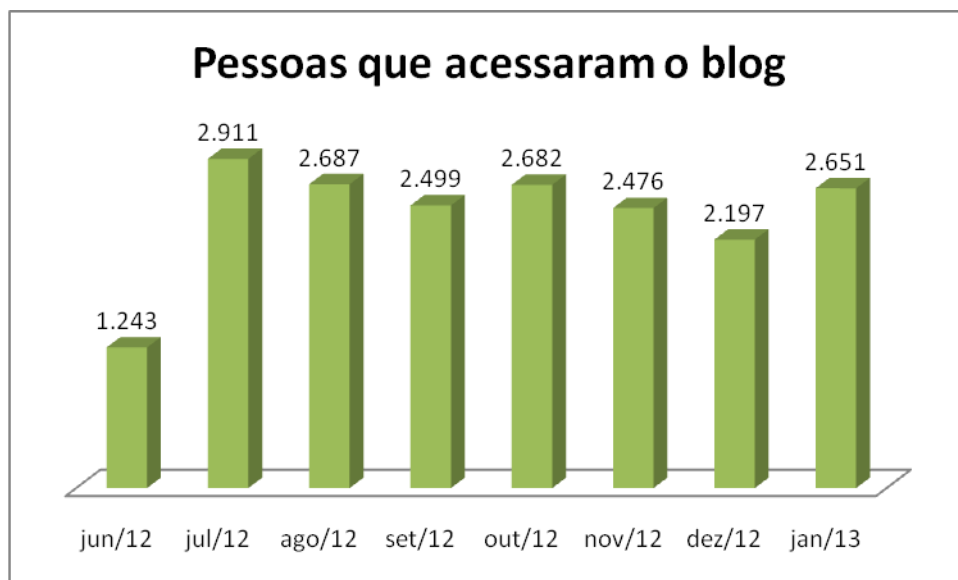


Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Ainda de acordo com a ferramenta do *Google Analytics*, tivemos desde sua incorporação ao *blog* até o início do mês de dezembro, mais de 13.000 pessoas que acessaram o *blog*. De olho na CI e houve 61.306 visualizações da página neste período.

De 17 de junho a novembro, o *Google Analytics* disponibilizou o número total de pessoas que acessaram o *blog*. De olho na CI. Tivemos uma média de 1.850 acessos por mês.

¹⁸ <http://www.google.com/analytics/>

Gráfico 6 - Acessos mensais no *blog* pelo *Google Analytics*

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Outra tecnologia que disponibilizou dados para nossa pesquisa chama-se *ClustrMaps*¹⁹. Nessa fica registrada a localização dos nossos leitores. A mesma contabiliza os acessos e fornece a localização [o Estado] dos leitores que acessam a página inicial. Tais acessos são mostrados como pontos vermelhos em um mapa. Estes pontos têm tamanhos proporcionais ao número de acessos. Além disso, é exibida uma lista com a quantidade de acessos em cada país.

¹⁹ Fonte: <http://www4.clustrmaps.com/pt/counter/maps.php?url=http://www.deolhonaci.com>

Figura 17 - Localização dos leitores no *ClustrMaps*



Fonte: Disponível em: <<http://www4.clustrmaps.com/pt/counter/maps.php?url=http://www.deolhonaci.com>, 2013>.

Através dos dados fornecidos por esta tecnologia, pôde-se observar que, no Brasil, o maior número de visitantes está concentrado nos estados da Paraíba (2.721), São Paulo (1.474), Rio de Janeiro (1.122), Minas Gerais (880), Ceará (505) e Pernambuco (399). Países como Estados Unidos (275), República Checa (142), Espanha (100), Portugal (76) e França (20) também marcaram presença com suas visitas, no endereço De olho na CI.

Cada vez mais, podemos observar o crescimento do *blog*, mediante os dados apresentados, e a sua importância dentro do meio acadêmico, como fonte de subsídios para os profissionais da informação que utilizam esta ferramenta para capacitar-se e para disseminar informação na rede *internet*.

Com o crescimento acelerado do *blog*, sentiu-se a necessidade de se criar as mídias do *facebook* e *twitter*, para serem instrumentos complementares e facilitadores na disseminação da informação para os profissionais da informação.

Os dados estatísticos trazidos no *facebook* mostram como essa mídia social agregou valores ao *blog* De olho na CI e como há interações entre os usuários e a mídia social, além da possibilidade de ocorrerem redes sociais na *internet*, permitindo ações coletivas entre os atores, diálogos e compartilhamento de informações. Para tanto, essas interações, segundo Recuero (2009), podem ser observadas, pois, de

certo modo, permanecem registradas no ciberespaço, permitindo ao pesquisador, a percepção das trocas sociais mesmo diante, no tempo e no espaço, de onde foram realizadas, como poderão ser visualizadas nas figuras a seguir:

Figura 18 – Comentários e compartilhamentos no Facebook



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Ainda no que se refere às interações feitas pelos atores sociais da mídia, observou-se em dados coletados pela ferramenta *Webnode*, que muitos dos profissionais da informação acessam o *blog* De olho na CI a partir de *links* postados na sua *fanpage* no *Facebook*, o que revela a interatividade, bem como a rede social existente entre as duas mídias sociais, que no período da pesquisa tiveram 1.701 visitantes com acesso ao *blog*, a partir do *Facebook*, como observamos no gráfico a seguir:

Gráfico 7 – Interação dos usuários do *Facebook* com o *blog* De olho na CI



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nas informações exibidas pelo painel do *facebook* são disponibilizadas 4 abas divididas em: **Visão geral**, **Curtir**, **Alcance** e **Falando sobre isso**.

Na aba **Visão Geral** encontra-se o resumo de todas as abas: quantas pessoas curtem a página, o alcance semanal, quantas pessoas estão falando sobre sua página ou suas publicações, amigos de fãs, o alcance que sua publicação teve e seu efeito viral.

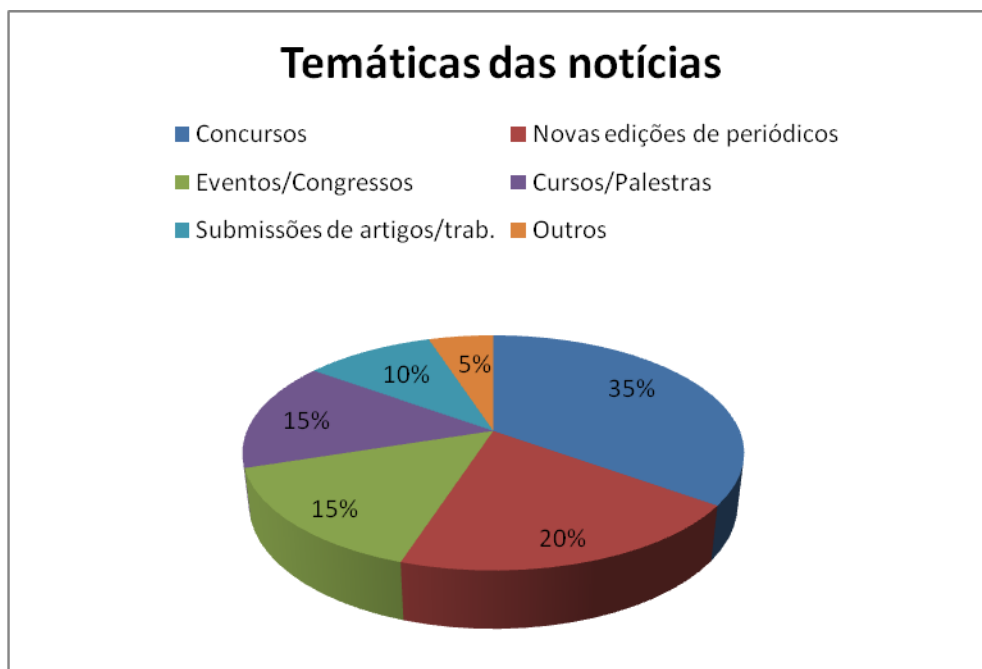
As notícias seguem a mesma sistemática das postadas no *blog* De olho na CI e, normalmente, são publicadas em média de 3 a 4 notícias. Para cada publicação no *facebook* temos: o alcance, os usuários envolvidos e o efeito viral de cada notícia.

O **Alcance** remete-se ao número de pessoas únicas que viram sua publicação. Os usuários envolvidos referem-se à quantidade de pessoas que clicaram em sua publicação, de forma direta na *fanpage*, através de *link* externo ou através de outras pessoas que *curtem* a página. O efeito viral é a porcentagem de pessoas que criaram uma história, a partir da publicação na sua página, ou do número total de pessoas únicas que a viram.

Pode-se com isso acompanhar que o alcance semanal da *fanpage* De olho na CI chega a 750 pessoas a partir de suas publicações, compartilhamentos de outros usuários e da opção *curtir*. Alcançamos mais de 112.000 amigos de fãs – amigos das pessoas que *curtem* a *fanpage* e que visualizaram as publicações.

Outro dado importante que foi analisado é a aba **Falando sobre isso** a qual nos mostrou que em média 75 pessoas falam sobre a *fanpage* De olho na CI mensalmente. Esse dado é relativo ao número de pessoas que criaram uma história a partir da *fanpage* relacionada. Uma história é criada quando alguém *curte* a página, publica no mural, *curte*, comenta ou compartilha, responde a uma pergunta, confirma participação em algum evento, menciona ou marca sua página/foto, ou ainda, recomenda a página a alguém.

As notícias mais acessadas e onde há mais interações (compartilhamentos e pessoas *curtindo*) entre os usuários são:

Gráfico 8 - Temáticas de notícias mais acessadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico acima exhibe as temáticas que são mais acessadas e procuradas nas notícias e onde há mais interações entre os usuários e a *fanpage* e entre os profissionais da informação, mediante o quantitativo de visualizações, alcance e compartilhamentos. Notícias sobre aberturas de editais em concursos públicos na área estão no topo das publicações mais compartilhadas e *curtidas* do *facebook*. De olho na CI, cerca de 35%. Em seguida, vêm os lançamentos de novas edições de revistas científicas, 20%; eventos e congressos científicos estão empatados em 15% com cursos e palestras; submissões de artigos e trabalhos científicos ocupam cerca de 10% das notícias mais acessadas, e notícias diversas ocupam os 5% nesta escala.

Outro dado importante para a pesquisa é que, em relação ao público-leitor do *facebook* e *twitter* comparando e observando que muitas dessas pessoas *curtem* tanto a *fanpage* quanto o *twitter*, analisamos durante a pesquisa, que o público envolvido com

o *Facebook* interage, *curte* e compartilha mais do que o público-leitor encontrado no *Twitter*.

De acordo com a ferramenta *Klout*, o *twitter* oficial do De olho na CI tem em média mais de 10 menções e, cerca de 70 *retuites* mensais. Todo este alcance é dado à ampla divulgação que está sendo feita do *blog* dentro da sociedade acadêmica, perante as listas de discussão, os grupos de *e-mails*, a inserção do *blog* nas mídias sociais (*Twitter* e *Facebook*), onde desempenham o papel de disseminadores da informação, alcançando o público-leitor em outras mídias e formatos, proporcionando um maior número de possibilidades no acesso à informação confiável e de interesse para o público-leitor.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciarmos uma pesquisa sentimos ansiedade quanto ao desenvolvimento do estudo. Muitos obstáculos e mudanças de planos são efetuados durante o percurso e temos que ter a responsabilidade para que tudo ocorra da melhor maneira possível e que os objetivos sejam alcançados, trazendo benefícios não só para a Academia, mas, também, como forma de devolver ao objeto estudado, tudo aquilo que foi colhido e interpretado durante o trabalho. Esta pesquisa, como mencionamos na Introdução, surgiu em meio à turbulência de ter-se perdido o objeto de estudo inicial, como “a luz no fim do túnel” que brilha e traz de volta a alegria de viver.

Já fazendo parte da editoria do *blog* De olho na CI, tornou-se mais estimulante o mergulho neste estudo. Começamos pelo interesse em conhecer melhor o público-leitor. Quem são eles, seus anseios, interesses, o que buscam ao acessar a rede *internet* e suas mídias sociais. Partimos, então, para desvendar o *blog* De olho na CI, com o intuito de conhecer cada processo, estruturas, seções, ações, editores, colaboradores e suas fontes. Além disso, tivemos, também o objetivo de desenhar o perfil dos seus usuários, as interações e acessos dos mesmos, dentro das mídias sociais De olho na CI: *blog*, *twitter* e *facebook*, unindo-se à busca por analisar o processo de disseminação da informação de interesse para os pesquisadores e profissionais da informação através dessas mídias sociais.

A *internet* propiciou que a produção e disseminação da informação ocorressem em formatos diversos no espaço virtual e que a informação ficasse disponibilizada em ambientes variados, inclusive nas mídias sociais e dispositivos móveis, sendo estes cada vez mais utilizados para o acesso à informação e seu compartilhamento. Destarte, cada vez mais, o público-leitor acessa as mídias sociais, compartilha e adquire informações relevantes para sua vida acadêmica e profissional.

Atualmente, segundo Civallero (2006), os *blogs* constituem um dos locais mais dinâmicos da *internet* e são os que mais produzem e disseminam informações, através da publicação de uma opinião, uma ideia, um acontecimento e comentários. Fazem, também, ligações com outras páginas [*links*], listam recursos de informação, isto é, transformam informação em conhecimento, etc.

Nesse contexto, a *Web 2.0* possibilita a criação de mídias mais interativas, de novos ambientes virtuais de socialização e o compartilhamento de informações *on-line*, constituindo um espaço de troca, produção e circulação da informação com aspecto relacional voltado à coletividade, mediante o auxílio das tecnologias de escritas, comunicação ou acessos a vídeos.

A nossa pesquisa mostrou, a partir da análise e interpretação dos dados, que se pode comprovar o crescimento do *blog* De olho na CI dentro da rede *internet* e entre os profissionais da informação, crescimento que se estende a outras mídias sociais De olho na CI, *twitter* e *facebook*. Os dados revelaram o aumento no acesso às páginas, principalmente nas seções Notícias e Ensaios, e o retorno do público-leitor em busca de novas informações, sejam elas cursos, congressos, eventos, lançamentos de livros, novas edições de revistas científicas, etc.

O processo de disseminação da informação dentro das mídias sociais De olho na CI ocorre de forma clara e eficiente por parte daqueles que a compõem. Há todo um empenho da equipe editorial para que a informação seja repassada de forma limpa e da melhor maneira possível, com o maior número de informações disponíveis, a fim de alcançar os profissionais da informação e no desejo que eles utilizem tais informações para seu crescimento acadêmico e profissional.

As novas tecnologias criam e ampliam, de maneira transdisciplinar, novas possibilidades de reflexão e de exploração do conhecimento nelas veiculadas por parte de pesquisadores e profissionais da informação. Jorente (2012) enfatiza que, no atual contexto, a formação do profissional da informação, futuro mediador das interações dos sujeitos, bem como a sua capacitação para a socialização do saber, deve obrigatoriamente relacionar-se primeiro, embora não somente, aos estoques de informação construída e à sua transferência à sociedade por meio de comunicação, nos específicos contextos sociais em que o profissional atuará. Estoques esses, que podem ser encontrados na rede *internet*, em *blogs* e demais mídias sociais.

Concluimos ainda que, após dois anos de sua criação, o De olho na CI já ultrapassou a marca de 130.000 visitas. Em agosto de 2011, comemoramos o marco de 3 mil visitantes únicos e agora, já contabilizamos mais de 14 mil, demonstrando o crescimento do *blog* e aumentando nosso estímulo para novos projetos de

compartilhamento da informação na *Web*, de modo a atender ao nosso público-leitor: os pesquisadores e profissionais da informação. Junto ao crescimento do *blog*, a pesquisa revelou também, o acelerado crescimento do *facebook* e *twitter*. De olho na CI, que são representados pelo aumento das pessoas que curtem, compartilham, comentam, ‘seguem’, *retuitam* e acompanham essas mídias sociais.

Como contribuição para posteriores pesquisas e, pela dificuldade que sentimos durante a investigação, para encontrar estudos voltados à disseminação da informação, pois, poucos foram os artigos encontrados, mesmo sendo uma temática bastante importante para a área, acreditamos que se fazem necessárias mais pesquisas nesta área, para que o tema seja debatido e aprofundado no âmbito da CI.

Sugerimos ao *blog* De olho na CI, a criação e utilização de fóruns temáticos ou de discussão (ferramenta assíncrona desconectada do tempo e espaço), que servirão como possibilidades de apropriação das ferramentas de comunicação, relacionamento e ações na *internet*, podendo ser utilizados para realizar diálogos, aprendizagem a distância e redes sociais entre seus leitores. E ainda, como meio de interação entre os atores sociais dessas mídias exercendo um contato direto entre a editoria e o público-alvo.

Trouxemos no desenvolver da pesquisa, a relação e diferença entre rede social e mídia social estudadas com ênfase por Recuero em seus livros e artigos. Compartilhamos do mesmo pensamento apontado pela autora e, procuraremos no futuro, aprofundar a temática para que, a ambiguidade existente entre os termos fique mais clara e seja mais analisada em outras pesquisas e para que novos estudos sejam criados a partir da nossa dissertação, e de posteriores artigos, dada sua importância para a produção, disseminação e uso da informação.

Como mencionamos no nosso diário virtual (subseção 4.2.1), tivemos alguns empecilhos que prejudicaram a abordagem qualitativa da pesquisa. Logo, procuramos mostrar os percalços existentes durante nossa investigação, a fim de contribuir para que outros pesquisadores tomem ciência do que pode acontecer durante este trajeto, e possam, em tempo hábil, direcionar sua pesquisa para o melhor caminho. Direcionamento este que pode ser alcançado em todos os objetivos traçados, ou

simplesmente mostrar que, durante a pesquisa, alguns dos objetivos não puderam, por algum motivo, serem alcançados!

Demos o primeiro passo, mas sabemos que ainda temos muito a contribuir para a CI. Outros frutos serão colhidos após a conclusão desta dissertação, pois, fazemos parte da construção do conhecimento e esse nunca poderá dar-se por encerrado, principalmente em pesquisas com tecnologias de informação e comunicação e mídias sociais que estão, a todo momento, se renovando e trazendo novos pontos a serem estudados. Este trabalho prosseguirá, com ênfase no aprofundamento e ampliação da temática abordada nesta dissertação, entrelaçado com um Estudo de Usuário a fim de levantar questionamentos que possam ser investigados em posterior projeto de Doutorado.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, G. A. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), São Paulo, 2012.
- ALCARÁ, A. R.; CURTY, R. G. *Blogs: dos diários egocentristas aos espaços de comunicação científica*. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). **Fontes de Informação na net**. Paraná: Eduel, 2009.
- ALEXANDER, B. (2006) Web 2.0: A new wave of innovation for teaching and learning? **EDUCAUSE Review**, vol. 41, no. 2 (March/April 2006): 32–44.
- ALMEIDA, Robson Lopes de. **Disseminação seletiva de conteúdos na web: a tecnologia RSS como proposta para a comunicação científica**. 2008. 192 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Comunicação Cibernética**, n. 20, Porto Alegre, 2008.
- _____; RECUERO, R.; MONTARDO, S. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- ARAÚJO, C. A. A. Correntes teóricas da Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 38, n. 3, p. 192-204, set./dez., 2009.
- ARAUJO, V.M.R.H. de; FREIRE, I.M. Conhecimento para o desenvolvimento: reflexões para o profissional da informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.9, n.1, jan./jul.1999.
- AZEVEDO NETTO, C. X. de. A abordagem do conceito como uma estrutura semiótica. **Transinformação**. Campinas, v. 20, n. 1, p. 47-58, jan./abr., 2008.
- BARRETO, A. de A. Uma história da Ciência da Informação. In: TOUTAIN, L. M. B. B. (Org.). **Para entender a Ciência da Informação**. Salvador: EDUFBA, 2007.
- _____. A informação no mundo da técnica. **ECO/Publicação da Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, v. 1, n. 1, 1992.
- BEZERRA, L. T. S. **Cultura acadêmica e tecnologias intelectuais digitais: ensinar e aprender com blogs educativos no ensino superior**. 2011. 257f. Tese (Doutorado), João Pessoa, 2011.
- BLOG MIDIA 8. Disponível em: <http://blogmidia8.com>

BORKO, H. Information science: what is it? **American Documentation**, v. 19, n. 1, p. 3-5, 1968.

BURKE, P. A consolidação do conhecimento: antigas e novas instituições. In: _____. **Uma história social do conhecimento de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 37-53.

BUSH, V. As we may think. **Atlantic Monthly**, [s.l.], n.1, p. 101-108, July 1945.

CANELAS, L. L. C.; VALENCIA, M.; C. P. O *Twitter* como disseminador de informação e conteúdo digital em bibliotecas públicas. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 22-32, jan./2012. Disponível em: <http://revista.crb8.org.br>. Acesso em: 01 fev. 2012.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr., 2007.

CARDOSO, G. **A mídia na Sociedade em Rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a *Internet*, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CHOO, W. **A Organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

CIVALLERO, E. Cuadernos de bitácoras: los weblogs como herramientas de trabajo de las bibliotecas [em linha]. [S.l.]: **E-LIS**, 2006. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/archive/00006747/01/Weblog.pdf>. Acesso em: 12 de set. de 2012.

CLUSTRMAPS. Disponível em: www.clustrmaps.com/

COUTINHO, Clara Maria Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. *Blog e Wiki*: os futuros professores e as ferramentas da *Web 2.0*. In: IX Simpósio Internacional de Informática Educativa (SIIE 2007), 2007, Porto. **Anais...** Porto - Portugal: Instituto Politécnico do Porto, 2007. p. 199-204.

CUNHA, M. B. da,; EIRÃO, T. G. A atualidade e utilidade da disseminação seletiva da informação e da tecnologia RSS. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 17, n. 33, p. 59-78, jan./abr., 2012.

CURTY, R.G. *Web 2.0*: plataforma para o conhecimento coletivo. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). **Fontes de informação na internet**. Londrina: Edue, 2008. p. 53-78.

CRUZ NETO, O. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, M.C. de S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994, p. 51-66.

D'ANDREA, C. Estratégias de produção e organização de informações na *web*: conceitos para a análise de documentos na internet. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 35, n. 3, p. 39-44, set./dez. 2006

FARRADANE, J. Knowledge, information, and information science. **Journal of Information Science**, n. 2, p. 75-80, 1980.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREIRE, G. H. A. Ciência da informação: temática, histórias e fundamentos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 11, n.1, p. 6-19, jan./abr. 2006.

_____.; FREIRE, I. M. **Introdução à ciência da informação**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2010.

FREIRE, I. M. Um olhar sobre a produção científica brasileira na temática epistemologia da Ciência da Informação. **Tendência da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**. ANCIB, v. 1, n. 1, 2008.

_____. **A responsabilidade social da ciência da informação e/ou O olhar da consciência possível sobre o campo científico**. 2001. 166f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Convênio CNPq/IBICT – UFRJ/ECO, Rio de Janeiro, 2001.

_____. **A responsabilidade social da Ciência da Informação na perspectiva da consciência possível**. DataGramaZero, v.5, n.1, fev, 2004. Disponível em: http://www.dgz.org.br/fev04/Art_02.htm. Acesso em: 20 de dez. de 2012.

_____.; FARIAS, M. G. G.; COSTA JUNIOR, M. P. da. Ação de responsabilidade social na disseminação de conteúdos na *web*: *Blog De Olho na CI*. In: CINFORM – Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa em Informação, 10, 2011, Salvador. **Anais...**, Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2011.

GEERTZ, C. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: _____. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. Cap. 1, p.13-41.

GOMES, M. J. *Blogs*: um recurso e uma estratégia educativa. In Actas do VII Simpósio Internacional de Informática Educativa, **SIIE**, 2005, p. 305-311.

GOOGLE ANALYTICS. Disponível em: www.google.com/analytics/

HALL, S. Globalização. In: _____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. p. 67-89.

INTERNET BLOG SERIAL NUMBER (IBSN). Disponível em: <http://ibsn.org/>

JORENTE, M. J. V. Impacto das Tecnologias de Informação e Comunicação: cultura digital e mudanças sócio-culturais. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.22, n.1, p. 13-25, jan./abr. 2012

LARA, M. L. G. de; CONTI, V. L. Disseminação da informação e usuários. **São Paulo em Perspectiva**, v. 17, n. 3-4, p. 26-34, 2003.

LE COADIC, Y.F. **A Ciência da Informação**. Tradução Maria Yêda F. S. de Filgueira Gomes. 2. ed. revisada e atualizada. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004.

LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LIMA JUNIOR, W. T. Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. **Líbero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 95-106, dez./2009.

MANESS, Jack. Library 2.0 Theory: Web 2.0 and its implications for libraries. **Webology**, v.3, n.2, Artigo 25, 2006. Disponível em: <http://www.Webology.ir/2006/v3n2/a25.html>. Acesso em: 31 de jul. 2012.

MALINI, F. Por uma genealogia da blogosfera: considerações históricas (1995-2001). In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 13., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

MARCONDES, Carlos Henrique; MENDONÇA, Marília A.; CARVALHO, Suzana M. Serviços *web* em bibliotecas universitárias brasileiras. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 11, n. 2, p. 174-186, maio/ago. 2006.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MUELLER, S. P. M. (Org.). **Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação**. Brasília: Thesaurus, 2007.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0** - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 31 de jul. 2012.

PINHEIRO, L. V. R. Processo evolutivo e tendências contemporâneas da ciência da informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 15, n. 1, p. 13-48, jan./jun., 2005.

_____. Informação esse obscuro objeto da Ciência da Informação. **Morpheus**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, 2004.

PINHO NETO, J. A. S. Informação e sociabilidade nas comunidades virtuais: um estudo do Orkut. **BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, v. 1, p. 01-18, 2010.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na *Web 2.0*. **E-Compós**, Brasília, v.9, p. 1-21, 2007.

_____. Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES EM COMUNICAÇÃO, 26., Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte, PUCMG, 2003.

_____. ; F. T.; RECUERO, R. C. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 22, dez., 2003. Acesso em: 19 de nov. de 2012. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/view/233/177>

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Ciberultura).

_____. Rede social. In: SPYER, J. (Org.). **Para entender a internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. São Paulo: NãoZero, 2009a. p. 25-26. Disponível em: http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf. Acesso em 11 dez. 2012.

_____. **O que é mídia social?**. 2008. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/o_que_e_midia_social.html. Acesso em: 26 fev. 2012.

_____. **Mídia x rede social**. 2010. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/midia_x_rede_social.html. Acesso em: 26 fev. 2012.

_____. **Redes Sociais na Internet e Informação**. 2011. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_na_internet_e_informacao.html. Acesso em: 26 fev. 2012.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RICHTER, D.; RIEMER, K. Internet Social Networking: stand der Forschung und Konsequenzen für Enterprise 2.0. **Wirtschaftsinformatik**, v. 53, n. 2, p. 89-103, 2011.

ROCHA, Francisco das Chagas; BEZERRA, Porto. Um mecanismo de notificação para usuários de bibliotecas digitais. **Revista F@pciência**, v. 6, n. 11, p. 87-94, 2010. Disponível em: http://www.fap.com.br/fapciencia/006/edicao_2010/011.pdf. Acesso em: 18 fev. 2013.

SANTAELLA, L; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAREM SEGUNDO, J. E. A Documentação: Paul Otlet e o *Facebook*. In: CRIPPA, G.; MOSTAFA, S. P. (Org.) **Ciência da Informação e Documentação**. Campinas, SP: Alínea, 2011.

SANTOS, B. de S. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estudos Avançados**. São Paulo, v. 2, n. 2, ago., 1988. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v2n2/v2n2a07.pdf>. Acesso em: 01 de ago. 2011.

_____. **Um discurso sobre as ciências**. 7. ed. Rio de Janeiro: Edições Aprofundamento, 1995.

SANTOS, E. L.; ROCHA, S. M. O blog como ferramenta de comunicação entre a biblioteca e seus usuários: a experiência da biblioteca Lydio Bandeira de Mello, da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 17, n. 33, p. 134-152, jan./abr., 2012

SARACEVIC, T. Interdisciplinary nature of information science. Tradução Durval de Lara Filho. **Ciência da Informação**, v.24, n.1, 1995.

SILVA, A. M. da. Informação e cultura. In: _____. **Informação: da compreensão do fenômeno e construção do objeto científico**. Porto: Afrontamento, 2006. p.15-41.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo : Cortez, 2007.

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais**. Casos, Conceitos, Dicas e Ferramentas. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011.

TOMÁÉL, M. I. **Fontes de informação na internet**. Londrina: EDUEL, 2009.

_____.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, mai./ago., 2005.

_____. et. al. Fontes de informação na *internet*: acesso e avaliação das disponíveis nos sites de universidades. 2000. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <HTTP://snbu.bvs.br/snbu2000/parallel.html>. Acesso em: 31 jul. 2012.

_____.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli**, Florianópolis, n. esp., 1º sem. 2006. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/342/387>. Acesso em: 31 de ago, 2010.

VALENTIM, M. L. P. A Metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS). In: VALENTIM, M. L. P (Org.). **Métodos qualitativos de pesquisas em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005.

WEBNODE: <http://www.webnode.com.br/>

WERSIG, G., NEVELING, U. The phenomena of interest to information science. **The Information Scientist**. v.9, n.4, 1975

ZEMAN, J. Significado filosófico da noção de informação. In: COLÓQUIOS FILOSÓFICOS INTERNACIONAIS DE ROYAUMONT. **O conceito de informação na ciência contemporânea**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970, p. 154-179.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO *ON-LINE* QUE SERIA APLICADO À PESQUISA

Prezado (a),

Este é um convite para colaborar com uma pesquisa sobre as mídias sociais na *web*, especificamente sobre o *blog* De olho na CI. A responsável pela mesma é Aline Poggi Lins de Lima, aluna do Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB, tendo como orientadora a Profa. Dra. Isa Maria Freire.

Sua contribuição é relevante para esta pesquisa: caso concorde em participar não será necessário se identificar, suas informações serão mantidas em sigilo.

Caso aceite o nosso convite, por gentileza procure responder a todos os itens, de modo que a pesquisa alcance o melhor resultado.

QUESTIONÁRIO

1) Sexo:

_____ Feminino

_____ Masculino

2) Faixa etária:

a) 18 – 30

b) 31 – 40

c) 41 – 50

d) 51 – 60

e) Acima de 60

3) Grau de instrução:

a) Estudante de graduação

b) Graduado

c) Estudante de pós-graduação

- d) Especialista
- e) Mestre
- f) Doutor

4) Qual sua frequência de acesso à *internet*?

- a) 1 – 2 vezes por semana
- b) Mais de 3 vezes por semana
- c) Só nos finais de semana
- d) Todos os dias

5) Você costuma acessar a *internet* da(do):

- a) Residência
- b) Trabalho
- c) Universidade
- d) Celular/*Tablet*

6) Como ficou sabendo do *blog* De olho na CI?

7) Com qual frequência acessa o *blog* De olho na CI?

- a) 1 – 2 vezes por semana
- b) Mais de 3 vezes por semana
- c) Só nos finais de semana
- d) Todos os dias

8) No *blog* De olho na CI, quais as páginas que você visita mais frequentemente:

- a) Sobre nós
- b) Contato
- c) Comentários

- d) Livro de Visitas
- e) Notícias
- f) Revista PBCIB
- g) *Blogs*
- h) Laboratório de Tecnologias Intelectuais
- i) Vídeos
- j) Ensaios
- k) Normas para Publicação
- l) Arquivos

9) Você costuma acessar as notícias postadas no *blog* De olho na CI:

- a) Diretamente pelo endereço do *blog*
- b) Através dos *links* postados no *Facebook*
- c) Através dos *links* postados no *Twitter*

10) Com qual frequência acessa o *Twitter* De olho na CI?

- a) 1 – 2 vezes por semana
- b) Mais de 3 vezes por semana
- c) Só nos finais de semana
- d) Todos os dias

11) Com qual frequência acessa o *Facebook* De olho na CI?

- a) 1 – 2 vezes por semana
- b) Mais de 3 vezes por semana
- c) Só nos finais de semana
- d) Todos os dias

12) Você prefere acessar:

- a) O *Blog* De olho na CI
- b) O *Facebook* De olho na CI
- c) O *Twitter* De olho na CI
- d) Todos

13) Qual o conteúdo que mais lhe interessa nas mídias sociais De olho na CI?

- a) Ciência da Informação
- b) Biblioteconomia
- c) Arquivologia
- d) Museologia
- e) Gestão da Informação

14) Você costuma compartilhar, curtir, retuitar as informações/*links* contidos nas mídias sociais De olho na CI?

- a) Às vezes
- b) Quase sempre
- c) Sempre
- d) Nunca

15) Você costuma usar as mídias sociais De olho na CI como fonte de informação para sua capacitação acadêmica e profissional?

- a) Às vezes
- b) Quase sempre
- c) Sempre
- d) Nunca

ANEXOS

ANEXO A – PARECER CONSUBSTACIADO Nº. 135.707

UNIVERSIDADE FEDERAL DA
PARAÍBA - CENTRO DE
CIÊNCIAS DA SAÚDE



PARECER CONSUBSTACIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: uma análise da mídia De olho na CI na perspectiva da disseminação de informação e conhecimento

Pesquisador: ALINE POGGI LINS DE LIMA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 08492812.6.0000.5188

Instituição Proponente: Centro de Ciência da Saúde

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 135.707

Data da Relatoria: 30/10/2012

Apresentação do Projeto:

Pesquisa na área de Ciência da Informação voltada as mídias sociais na web, especificamente as mídias De olho na CI, a ser realizada por Aline Poggi de Lima, como projeto de dissertação do mestrado em Ciências da Informação.

Objetivo da Pesquisa:

Propõe analisar os usuários leitores das mídias sociais, blog, twitter e facebook De olho na CI quanto ao seu uso e interações na rede Internet.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: A pesquisa não acarretará riscos a instituição, ao pesquisado nem ao objeto estudado.

A pesquisa dará maior publicidade/visibilidade as mídias sociais De olho na CI (blog, facebook e twitter) e sua importância como ferramentas para a

disseminação da informação relevante para profissionais das áreas de Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Memória Social e

Museologia que se utilizam desses meios na capacitação acadêmica e profissional. A pesquisa nos revelará às questões relacionadas à transmissão

da informação e do conhecimento nos meios de comunicação necessárias à sociedade em rede. Este estudo torna-se relevante por ser um tema em

expansão no campo da Ciência da Informação, o que trará um aprofundamento no tocante às mídias sociais como ferramenta de disseminação de

Endereço: UNIVERSITARIO S/N

Bairro: CASTELO BRANCO

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município: JOAO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E-mail: eticaccs@ccs.ufpb.br; elianemduarte@hotmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA
PARAÍBA - CENTRO DE
CIÊNCIAS DA SAÚDE



informação e conhecimento à sociedade em geral e principalmente aos profissionais da informação.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de uma pesquisa Descritiva, de abordagem qualitativa, que utilizará métodos da etnografia virtual, como a observação participante, e aplicar um questionário online para a coleta dos dados. Para a análise dos dados faremos a utilização da Análise Documental ligada ao contexto da pesquisa na Internet unindo-se a Análise de Redes Sociais a fim de alcançar os objetivos pretendidos na pesquisa.

O universo a ser estudado corresponde aos atores sociais participantes das mídias sociais De olho na CI, suas interações e correlações dentro dessas mídias. Quanto

ao tipo de pesquisa será adotada a Descritiva por delinear o que é o objeto de estudo, onde iremos descrever, registrar, analisar e interpretar o

fenômeno investigado observando o seu funcionamento real (MARCONI; LAKATOS, 1990). Terá um caráter bibliográfico por se tratar de uma

pesquisa elaborada a partir de materiais já publicados, como livros, artigos científicos, materiais publicados na internet, etc. No que se refere aos instrumentos de pesquisa utilizados para a coleta dos dados de forma eficiente, decidimos por três: as técnicas da observação participante que permite um maior acesso ao fenômeno estudado, o diário de campo no qual serão relatadas, mediante as visitas virtuais, todas as movimentações e

interações dos atores sociais bem como suas relações, quantitativos de acessos e novos usuários, por exemplo. Unindo-se ao diário de campo será feito o uso de métodos da etnografia virtual a qual transfere da etnografia as dimensões de espaço e tempo que foram redimensionadas pelas

tecnologias de comunicação e informação (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011). Outro instrumento de coleta de dados que será utilizado na

nossa pesquisa é o questionário online, iremos transferir o modelo de questionário tradicional e aplicá-lo a pesquisa na internet para facilitar as

respostas dos pesquisados. O mesmo será aplicado entre os usuários do Facebook e Twitter De olho na CI, a fim de extrair informações como:

quais as páginas mais acessadas, quantas vezes cada usuário costuma acessar as páginas, entre outras. O anexo I trará um roteiro com as

perguntas que serão colocadas no questionário online. O questionário online será feito pelo Google Docs, pois automatiza o processo de design da

página e traz vários estilos de perguntas pré-construídos que poderão ser adaptas as nossas necessidades.

A ferramenta pode ser usada para

construir avaliações de

Endereço: UNIVERSITARIO S/N

Bairro: CASTELO BRANCO

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município: JOAO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E-mail: eticaccs@ccs.ufpb.br; elianemduarte@hotmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA
PARAÍBA - CENTRO DE
CIÊNCIAS DA SAÚDE



A informação na perspectiva da Responsabilidade Social (RS) foi um Tema este que me acompanhou desde a graduação em Administração, na UFPB. Ao participar da Oficina de Criatividade Científica, em 2010, coordenada pela Profª. Isa Maria Freire percebi que a trilha percorrida no Tema me levava ao campo da Ciência da Informação. Foi então que percebi o contexto onde trabalho há cerca de um ano: o blog De olho na CI, onde ocupo a função de Editora. Havia identificado um novo objeto de estudo no campo da Ciência da Informação (CI). É assim que, nesta pesquisa, será abordado o De olho na CI na perspectiva das mídias sociais da rede Internet e twitter e facebook e, vistas como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na Internet (RSI), e as mesmas como meio de disseminação de informação e conhecimento. Como proposta de trabalho, a pesquisa objetiva uma reflexão referente ao blog De Olho na CI e suas mídias sociais Twitter e Facebook como ferramentas para a disseminação da informação relevante para profissionais das áreas de Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Memória Social e Museologia. O blog De olho na CI é uma mídia social criada pela revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), com o intuito de promover maior aproximação entre seu público-alvo (profissionais da informação) e os acontecimentos no campo da Ciência da Informação. O projeto acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LTI da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). As mídias sociais, tanto do twitter como do facebook foram criadas para desenvolver uma melhor interação entre o público-alvo e os agentes disseminadores da informação e conhecimento. É pertinente dizer que, analisar as mídias sociais De olho na CI e blog, twitter e facebook e é de grande importância, pois nos revela as questões relacionadas à transmissão da informação e do conhecimento nos meios de comunicação necessários à sociedade em rede. Este estudo torna-se relevante por ser um tema em expansão no campo da Ciência da Informação, o que trará um aprofundamento no tocante às mídias sociais como ferramenta de disseminação de informação e conhecimento à sociedade em geral e principalmente aos profissionais da informação.

Endereço: UNIVERSITARIO S/N

Bairro: CASTELO BRANCO

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município: JOÃO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E-mail: eticaccs@ccs.ufpb.br; elianemduarte@hotmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA
PARAÍBA - CENTRO DE
CIÊNCIAS DA SAÚDE**



Tamanho da Amostra no Brasil: 200 algum produto ou serviço, cadastros de pessoas, pesquisas de opinião e até mesmo testes de conhecimento.

O anexo I trará o modelo do

questionário a ser inserido no Google Docs e encaminhado aos usuários das redes. O uso de questionários online é provavelmente o método mais

amplamente utilizado nos diversos tipos de avaliação em ambientes digitais.

Por se tratar de uma pesquisa na Internet e seu instrumento

de dados ser um questionário online que será aplicado com 200 usuários participantes das mídias sociais

De olho na CI (a nível nacional) corre-se o

risco da redução da amostra, pois a maioria dos pesquisados podem não se sentir confortáveis em responder ao questionário devido o fato de terem

que imprimir, assinar a TCLE e depois digitalizá-la e enviá-la novamente assinada para a pesquisadora haja vista que a amostra é a nível nacional.

Folha de rosto devidamente apresentada.

Por se tratar de uma pesquisa na Internet e seu instrumento

de dados ser um questionário online que será aplicado com 200 usuários participantes das mídias sociais

De olho na CI (a nível nacional) corre-se o

risco da redução da amostra, pois a maioria dos pesquisados podem não se sentir confortáveis em responder ao questionário devido o fato de terem

que imprimir, assinar a TCLE e depois digitalizá-la e enviá-la novamente assinada para a pesquisadora haja vista que a amostra é a nível nacional.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

TCLE- acrescentar os riscos conforme se encontra na apresentação do projeto;

Falta Certidão de aprovação na instância adequada (Mestrado em Ciências da Informação;

Recomendações:

No TCLE colocar por extenso a sigla CI;

Acrescentar os riscos conforme projeto;

Providenciar Certidão de Aprovação no Departamento ou junto à Coordenação do Mestrado referido.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Pendente

Situação do Parecer:

Pendente

Endereço: UNIVERSITARIO S/N

Bairro: CASTELO BRANCO

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município: JOAO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E-mail: eticaccs@ccs.ufpb.br; elianemduarte@hotmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA
PARAÍBA - CENTRO DE
CIÊNCIAS DA SAÚDE



Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Considerações Finais a critério do CEP:

PARECER DO CEP/CCS/UFPB:

Diante do exposto, o Comitê de Ética em Pesquisa, CEP- CCS, de acordo com as atribuições definidas na Resolução do CNS 196/96 manifesta-se por aguardar o atendimento às questões acima para emissão de seu parecer final.

Situação: Pendente

De acordo com a Res. 196/96, as pendências devem ser respondidas exclusivamente pelo pesquisador no prazo de 60 dias, a partir da data da emissão do parecer pelo CEP- CCS. Após esse prazo, o protocolo será arquivado. A resposta do pesquisador principal deve ser avaliada pelo CEP com emissão de parecer consubstanciado e, se aprovado, deve ser encaminhado para a CONEP. Solicita-se ainda, que as respostas sejam enviadas de forma ordenada, conforme os itens das considerações desde parecer, indicando-se também a localização das possíveis alterações no protocolo, inclusive no TCLE. Ressaltamos que ao usar o TCLE na pesquisa, se o referido documento, tiver mais de uma página, as primeiras páginas, devem ser rubricadas pelo pesquisador responsável e pelo sujeito da pesquisa.

JOAO PESSOA, 31 de Outubro de 2012

Assinador por:
Eliane Marques Duarte de Sousa
(Coordenador)

Endereço: UNIVERSITARIO S/N
Bairro: CASTELO BRANCO **CEP:** 58.051-900
UF: PB **Município:** JOAO PESSOA
Telefone: (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791 **E-mail:** eticaccs@ccs.ufpb.br; elianemduarte@hotmail.com

ANEXO A – DETALHAMENTO DO PROCESSO JUNTO AO COMITÊ DE ÉTICA

← → ↻ aplicacao.saude.gov.br/plataformabrasil/visao/pesquisador/gerirPesquisa/gerirPesquisa.jsf

G1 - Paraíba Webnode De olho na CI Cálculo da nota final Social Media - Raqu... Google Acadêmico Information visualiz... Introdução aos Mét... ComScore-Face-Twi... Brasil torna-se tercei...

Dados do Projeto de Pesquisa

Título da Pesquisa: MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: uma análise da mídia De olho na CI na perspectiva da disseminação de informação e conhecimento
 Pesquisador: ALINE POGGI LINS DE LIMA
 Área Temática:
 Versão: 1
 CAAE: 05492812.6.0000.5188
 Submetido em: 15/10/2012
 Instituição Proponente: Centro de Ciência da Saúde
 Situação: Pendente
 Localização atual do Projeto: Pesquisador Responsável
 Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

Documentos Postados do Projeto

Tipo Documento	Situação	Arquivo	Postagem
Parecer Consubstanciado do CEP	A	PB_PARECER_CONSUBSTANCIADO_CEP_135797.pdf	31/10/2012 12:11:12
Projeto de Pesquisa	A	PB_PROJETO_DE_PESQUISA_84928.pdf	15/10/2012 19:25:01
Interface REBEC	A	PB_XML_INTERFACE_REBEC.xml	15/10/2012 19:25:01
Outros	A	Modelo do Questionário online.docx	11/10/2012 12:01:00
Declarações Diversas	A	Declarações de aprovação do projeto de pesquisa.doc	11/10/2012 11:57:59
TCLE - Modelo de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	A	TCLE - Questionário Online.doc	11/10/2012 11:50:25
Folha de Rosto	A	Folha de rosto_AlinePoggi_UFPB.jpg	11/10/2012 11:46:48

Listar Todos >

Tramitação:

CEP Trâmite	Situação	Data Trâmite	Parecer	Informações
Universidade Federal da Paraíba - Centro de Ciências da Saúde	Submetido para avaliação do CEP	15/10/2012		
Universidade Federal da Paraíba - Centro de Ciências da Saúde	Aceitação do PP	17/10/2012		
Universidade Federal da Paraíba - Centro de Ciências da Saúde	Parecer liberado	31/10/2012	Informamos que, após análise do protocolo de pesquis... Ver mais	

ANEXO C – DECLARAÇÃO DE APROVAÇÃO DE PROJETO DE QUALIFICAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins de comprovação que Mestranda **ALINE POGGI LINS DE LIMA**, matrícula 1100084, qualificou o Projeto de Pesquisa intitulado **MÍDIAS SOCIAIS NA WEB: uma análise da mídia de Olho na CI na perspectiva da disseminação de informação e conhecimento** teve seu projeto qualificado em 28 de março de 2012, obtendo o conceito “APROVADO”.

João Pessoa, 24 de setembro de 2012.


Profª Drª Bernardina Maria J. F. de Oliveira
Coordenadora do PPGCI