



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

VALFREDO LIMA DA SILVA

**USO DAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE DISSEMINAÇÃO DA
INFORMAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NAS BIBLIOTECAS DO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA
BAHIA (IFBA)**

Salvador

2014

VALFREDO LIMA DA SILVA

**USO DAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE DISSEMINAÇÃO DA
INFORMAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NAS BIBLIOTECAS DO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DA BAHIA (IFBA).**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA) da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

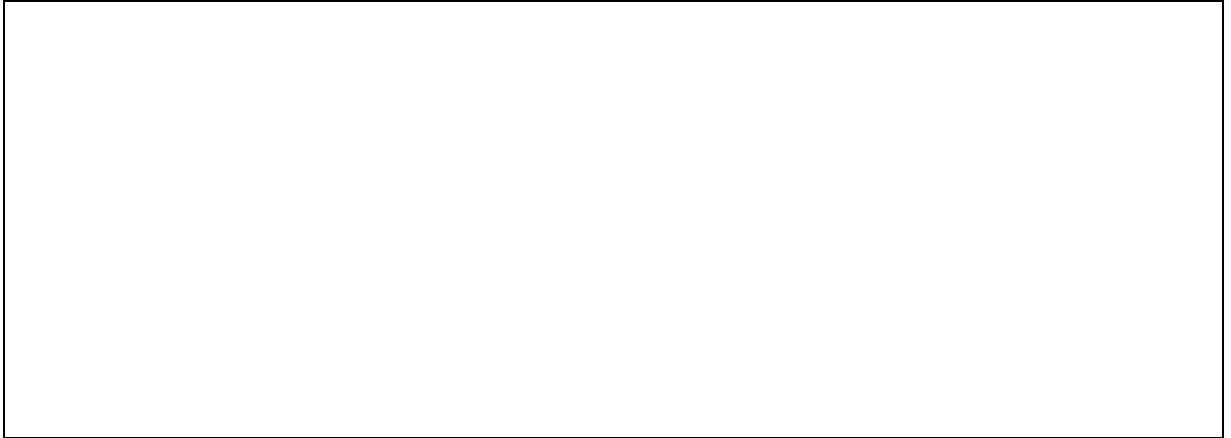
Orientador: Prof. Dr. Ernani Marques dos Santos

Salvador

2014

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha catalográfica

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for a catalog card. It is positioned below the text 'Ficha catalográfica'.

VALFREDO LIMA DA SILVA

**USO DAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE DISSEMINAÇÃO DA
INFORMAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NAS BIBLIOTECAS DO INSTITUTO
FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA BAHIA (IFBA).**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA) da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Ernani Marques dos Santos (orientador)

Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. Sérgio Hage Fialho

Universidade Salvador

Prof. Dr. Fábio Almeida Ferreira

Universidade Federal da Bahia

DEDICATÓRIA

Em especial para meus pais: Professora Jeronice Maria Lima da Silva e Emabel Carneiro da Silva. Dedico-lhes esta dissertação pelo apoio moral e por terem sempre investido e confiado na educação de seus filhos.

A meu filho Rafael Santos Lima, hoje com pouco mais de um ano de idade.

AGRADECIMENTOS

Aos professores (as) e servidores(as) da Escola de Administração da Ufba e do NPGA, em especial ao professor Ernani Marques, pela orientação neste trabalho.

Aos funcionários (as) do NPGA pela preocupação constante com nossa documentação.

A Banca Examinadora e de Qualificação pelas contribuições.

Aos bibliotecários (as) do Instituto Federal da Bahia.

À Coordenação de Biblioteca do Campus Salvador.

A todos os meus familiares.

A todos os meus amigos e colegas do Mestrado Profissional IFBA, pelo compartilhamento de momentos de dificuldades, compreensão e muita paciência, exemplo dedicação a família e aos estudos.

A Fábio Lemos, Brandão e André de forma especial.

Ao professor e amigo Anádio Gomes Rios pela oportuna e excelente contribuição na revisão de texto.

Ao Instituto Federal da Bahia pelo Incentivo à Qualificação do quadro de servidores (as) técnico-administrativo.

Por fim, agradeço às forças superiores e divinas que me ajudaram!

Muito Obrigado!

Valfredo Lima da Silva.

SILVA, Valfredo Lima. **Uso das redes sociais como forma de disseminação da informação:** um estudo de caso nas bibliotecas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA). 103 f. il. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração). - Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

RESUMO

Esta pesquisa tem como tema as redes sociais e nela buscou-se compreender a importância do fenômeno das ferramentas de redes sociais virtuais (FRSVs) no processo de disseminação da informação em bibliotecas, por intermédio dos profissionais da informação, dos *campi* do Instituto Federal da Bahia (IFBA). O presente trabalho procurou responder ao seguinte problema: de que forma as redes sociais são utilizadas como instrumento de disseminação da informação pelos bibliotecários do Instituto Federal da Bahia? Foi levantado o pressuposto de que o uso das ferramentas tecnológicas, por parte dos bibliotecários, não atende ao processo de disseminação da informação, em função da ausência de estratégias adequadas e do pouco incentivo ao uso das redes sociais virtuais. Na metodologia utilizou-se como abordagem o estudo de caso de investigação exploratória, e de procedimento metodológico do tipo qualitativo, com análise do conteúdo de questionários. O sujeito da pesquisa é constituído por bibliotecários (as) dos oito campi do IFBA que utilizam ferramentas de redes sociais: Porto Seguro, Eunapólis, Camaçari, Paulo Afonso, Vitória da Conquista, Santo Amaro, Valença e Salvador. A intenção final é trazer novas contribuições nos serviços em redes na seara da biblioteconomia, bem como ajudar os servidores federais a disseminarem o uso das ferramentas sociais no ambiente institucional de forma mais adequada. Os principais resultados apontam para o uso do *Facebook* é divulgar informações e conteúdos e em seguida as interações profissional e que as principais barreiras e obstáculos enfrentados na implementação das redes sociais foram de ordem política, estrutural e de lógica de redes.

Palavras-chave: 1. Ferramentas de Redes sociais virtuais (FRSVs); 2. *Facebook* (firma); 3. Gestão da Informação; 4. Disseminação da Informação / Disseminação Seletiva da Informação (DSI); 5. Redes e Sistema de Bibliotecas. 6. Web 1.0; 2.0. 3.0; 7. Redes Sociais. 8.

SILVA, Valfredo Lima. **Use of social networks as a means of information dissemination: a case study in the Federal Institute of Education, Science and Technology of Bahia (IFBA) libraries.** 91p. il. 2014. Dissertation (Master in Management). –Management School of the Federal University of Bahia, Salvador.

ABSTRACT

This research has as its theme the social networks and it is aimed to understand the importance of the phenomenon of virtual social networking tools in the process of dissemination of information in libraries, through information professionals, the campuses of the Federal Institute of Bahia (IFBA). This study sought to answer the following problem: how social networks are used as a tool for dissemination of information by the librarians of the Federal Institute of Bahia? The assumption that the use of technological tools on the part of librarians, disregarded the process of dissemination of information, the lack of an adequate policy to encourage the use of social networks was raised. Methodology was used as the case study approach to exploratory research and qualitative methodological procedure with content analysis of questionnaires. The research subject is composed of librarians (as) IFBA using social networking tools: Porto Seguro, Eunapólis, Paulo Afonso, Vitória da Conquista, Santo Amaro, Valença and Salvador. The ultimate intention is to contribute to provide new contribution in the network, to helping federal employees to disseminate the use of social tool in the institutional environment more appropriately. The main results point to the use of Facebook is to disseminate information and content and then the professional interactions. The main barriers faced and obstacles in the implementation of social networks were political, structural and logical networks.

Key-words: Tools virtual social networks; .2 Facebook (firm); 3. Information Management; 4 Dissemination of Information / Selective Dissemination of Information.; 5. Network and System Libraries. 6. Web 1.0; 2.0. 3.0; 7.Social Networks.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 01:** Web 1.0 x Web 2.0
- Figura 02:** Web 1.0 – 2.0- 3.0.
- Figura: 03:** Sistema de Recomendação da Amazon
- Figura 04:** Rede social de indivíduos.
- Figura05:** Congratulations To Brazil: The 2nd Biggest Country On *Facebook!*
- Figura 06:** Google+
- Figura 07:** Twitter
- Figura 08:** Myspace
- Figura09:** WhatsApp
- Figura 10:** Modelo de Análise
- Figura 11:** Indicadores do Modelo de Análise
- Figura 12:** Cenário da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológico 2002-2010
- Figura 13:** Página (perfil) do Facebook da Biblioteca IFBA Paulo Afonso em julho 2014.
- Figura 14:** Fanpage da Biblioteca do IFBA – Campus Salvador em julho 2014.
- Figura 15:** Fanpage da Biblioteca do IFBA – Campus Camaçari em julho 2014.
- Figura 16:** Página da Biblioteca do IFBA – Campus Eunapólis em julho 2014.

Figura 17: Página do Facebook da Biblioteca do IFBA – Campus Vitória da Conquista em julho 2014.

Figura 18: Página da Biblioteca do IFBA – Campus Santo Amaro.

Figura 19: Facebook da biblioteca do IFBA campus Porto Seguro

Figura 20: Fanpage da Biblioteca IFBA Camaçari.

Figura 21: Página do Facebook da Biblioteca do IFBA Paulo Afonso

Figura 22: Perfil da Biblioteca do IFBA -Campus Porto Seguro

Figura 23: Página da Biblioteca do IFBA -Campus Valença

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 Ferramentas da rede social e seus usos como apoio ao ensino.

Quadro 02 Uso de sites de redes sociais

Quadro 03 Quantidade de usuário das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA (07 outubro 2013).

Quadro 04 Quantidade de usuários das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA (12 novembro 2013).

Quadro 05 Quantidade de usuários das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA (12 julho 2014).

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	PROBLEMATIZAÇÃO	16
1.2	OBJETIVOS	17
1.2.1	Geral	17
1.2.2	Específicos	17
1.3	JUSTIFICATIVAS	18
1.4	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	20
2	REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1	DA WEB 1.0 A WEB SOCIAL(WEB 3.0)	21
2.1.1	Web 1.0	21
2.1.2	Web 2.0	22
2.1.3	Web 3.0 (Web Semântica. Web social)	25
2.2	REDES SOCIAIS	27
2.3	PRINCIPAIS FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS	31
2.3.1	Facebook	31
2.3.2	Google+	33
2.3.3	Twitter	34
2.3.4	MySpace	35
2.3.5	WhatsApp Messenger	37
2.4	REDES SOCIAIS E BIBLIOTECAS	38
2.5	REFERENCIAL TEÓRICO	40
2.5.1	Redes sociais virtuais	40
2.5.2	Disseminação da Informação	41
2.5.3	Disseminação seletiva da Informação (DSI)	42

3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	45
3.1.	ABORDAGEM METODOLÓGICA	45
3.2	ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	45
3.3	TIPO DE PESQUISA	46
3.4	UNIDADE DE ANÁLISE	46
3.5	CORTE TEMPORAL	46
3.6	FONTE DE DADOS	46
3.7	TÉCNICA DE TRATAMENTO DE DADOS	47
3.8	SUJEITOS DA PESQUISA	47
3.9	DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	47
3.10	MODELO DE ANÁLISE	47
4	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	49
4.1	A REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA	49
4.2	USO DO FACEBOOK NAS BIBLIOTECAS DE 08 CAMPI DO INSTITUTO FEDERAL DA BAHIA	50
4.3	USO DO FACEBOOK PARA DISSEMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES NAS BIBLIOTECAS DO IFBA	57
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICES	77
	ANEXOS	88

1. INTRODUÇÃO

As bibliotecas são reflexos das mudanças sociais, culturais e tecnológicas da sociedade. As novas tecnologias da informação em rede provocaram rupturas e novos paradigmas permitindo ao usuário uma maior participação no processo de disseminação da informação eletrônica, digital e virtual. O usuário da informação passa da figura de mero receptor e espectador para produtor e gerador de conhecimento. O profissional da informação passa a ser o mediador deste processo dialético. Neste contexto, a disseminação da informação em bibliotecas por profissionais da informação¹, forma uma grande rede de conexão de autores que colaboram com fluxo informacional e com as interações dos laços sociais.

A revolução das bibliotecas digitais e virtuais e a convergência tecnológica mudaram o paradigma clássico da informação estática, no que tange o acesso e o uso. Uma das primeiras coisas que mudaram, quando se comparam as características de uma biblioteca concreta com uma virtual é que, graças às tecnologias das telecomunicações em rede, o local no qual o documento se encontra não é mais importante. O conceito de "lugar" torna-se secundário, tanto para bibliotecários quanto para usuários. O "acesso" e, com frequência, a "confiabilidade" da informação passam a ser mais importantes (LEVACOV, 1997).

Logo, neste trabalho o objeto de estudo e o campo de referência empírica compreendem o conceito do uso das ferramentas de redes sociais virtuais, em especial o uso das páginas e perfis do Facebook nas bibliotecas do Instituto Federal da Bahia (IFBA), analisado sob duas dimensões: da disseminação da informação e da disseminação seletiva da informação. O uso e o acesso a informação armazenada ou distribuída nas ferramentas de redes sociais virtuais (FRSVs) são capazes de transformar as organizações

Portanto, esta dissertação tem como propósito geral compreender de que forma as ferramentas de redes sociais virtuais são utilizadas no processo de disseminação da informação - seja ela seletiva ou não- em bibliotecas. Nestas últimas, a comunicação e as

¹ Neste trabalho consideram-se como profissionais da informação os servidores federais: Bibliotecários-Documentalistas. Os profissionais da informação estão codificados na CBO (2003) sob número 2612, formando uma família que compõe: • 2612-05 – Bibliotecário, Bibliógrafo, Biblioteconomista, Cientista da informação, Consultor de informação, Especialista de informação, Gerente de informação, Gestor de informação. • 2612-10 – Documentalista – Analista de documentação, Especialista de documentação, Gerente de documentação, Supervisor de controle de processos documentais, Supervisor de controle documental, Técnico de documentação, Técnico em suporte de documentação. (FARIAS, 2005)

relações sociais sofreram mudanças com o advento das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs).

No contexto histórico da interação social o termo *redes social*, antes baseado nas conexões no mundo real, surgiu na antropologia e sociologia no período da revolução industrial, como forma de estudar a adaptação e integração das pessoas da zona rural com o ambiente urbano. (BARBOSA, 2010 p.15)

Nota-se que a configuração em rede virtual ou não virtual é peculiar ao ser humano, ele se agrupa com seus semelhantes e vai estabelecendo relações pessoais, relações de interesses que se desenvolvem e se modificam conforme a trajetória da sua realidade social. (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005 p.93)

Marteletto (2001) afirma que o termo “rede social” é tão antigo quanto a história da humanidade, mas, apenas nos últimos 50 anos as redes sociais começaram a ser utilizadas como ferramenta organizacional. Os novos recursos tecnológicos utilizados com maior vigor ao fim da II Guerra Mundial e da Guerra Fria emergiram em um novo mundo pautado no paradigma epistemológico e tecnológico das funções e processos dominantes na era da informação.

Neste período, surge forte desenvolvimento tecnológico em que as estruturas sociais são alteradas, estas últimas cada vez menos vinculadas aos processos produtivos e mais ligadas ao capital informacional e aos serviços da sociedade em rede. Doravante, o ponto de partida de toda essa revolução informacional deu-se com o surgimento da Internet, conjunto de páginas interligadas por hipertexto:

“Um esquema ousado, imaginado na década de 1960 pelos guerreiros tecnológicos da Agência de Projetos de Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (a mítica DARPA) para impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de comunicação pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear [...] foi o equivalente eletrônico das táticas maoístas de dispersão das forças de guerrilhas, por um vasto território... (CASTELLS, p.44,1999)”.

Com o crescimento da Internet surgiram os sites de redes sociais (*social network sites* - SNSs), que muitas vezes são chamadas de mídias sociais (*social media*), pois o conteúdo é criado e compartilhado pelo próprio usuários, sem uma suposta intervenção de uma

companhia editorial. Logo, a melhor definição para mídia social é que o conteúdo é criado pelo seu próprio público (COMM, 2009 p.3).

As ferramentas de redes sociais (FRS) também permitem a interação dinâmica e sincronizada de informações e comunicação, ou seja, conexão simultânea e instantânea na interligação entre indivíduos. Já comunicação assíncrona não exige a presença simultânea dos interlocutores a exemplo do envio de catálogos e *newsletters* bibliográficos. Logo, essas ferramentas podem ser utilizadas para divulgar a imagem da organização, compartilhamento de conteúdos, produtos e serviços no contexto institucional.

Observou-se que a disseminação das informações nas redes sociais nas bibliotecas do Instituto Federal da Bahia ainda carece de estudos mais aprofundados no que se refere à seletividade, relevância e precisão dos conteúdos disseminados. Resultados preliminares obtidos com o envio do questionário de pré-teste via formulário do software *GoogleDocs* sinalizam que a Ferramenta de Rede Social (FRS) mais utilizada pelos bibliotecário(as) nas bibliotecas do IFBA é o Facebook.

Desse modo, é importante frisar que cada vez mais os profissionais da informação precisam estar atentos às inovações tecnológicas e ao uso das FRSs, bem como o IFBA precisa incentivar e orientar seus profissionais a utilizarem as Novas Tecnologias de Comunicação (NTICs) em redes, como forma de capacidade de inovação e para geração de conhecimento.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Nota-se que no contexto do IFBA há uma ausência de abordagens teóricas do estudo e do novo paradigma do uso efetivo de ferramentas de redes sociais em bibliotecas, em especial no escopo informacional, haja vista a relevância das redes como importantes ferramentas de disseminação das informações.

A propósito, Santos (2009) caracteriza a sociedade da informação como “uma organização geopolítica dada a partir da terceira revolução industrial, com impacto direto no uso da informação e das tecnologias da informação e comunicação (TICs)”.

O termo tem sua origem na mudança do paradigma tecno-social presente na sociedade pós-industrial, transformando o uso da informação em instrumento da estrutura social.

Na sociedade da informação há novos fundamentos de uma modelagem geradora de conhecimento que tem como matéria prima a informação em redes sociais e virtuais trazendo importantes alterações nas formas de produção. “As bibliotecas deixaram de ser um tranqüilo depósito de material bibliográfico para tornar-se o ponto focal de pesquisa variada, acessada a qualquer hora por usuários virtuais de vários lugares do mundo”, afirma Levacov (1997).

Portanto, torna-se necessária a universalização do acesso e do uso das redes sociais. Nesse sentido, é premente a promoção de políticas de informação que favoreçam o acesso e a disseminação de conteúdos nas redes sociais virtuais.

A princípio é provável que a forma de utilização das páginas das redes sociais de algumas bibliotecas do IFBA, sob certos aspectos, estão de fora do efetivo processo de disseminação das informações, seletiva ou não.

Logo, é muito importante que as entidades governamentais e os profissionais da informação fiquem atentos para o fenômeno das redes sociais na disseminação de informações especializadas e percebam a necessidade de ampliação da informação em novos aplicativos e suportes além de se tornarem agentes da promoção dessas mudanças.

A partir deste contexto, a pergunta base para esta pesquisa compreende o presente enunciado: **de que formas redes sociais são utilizadas como instrumentos de disseminação da informação, pelos bibliotecários (as) do Instituto Federal da Bahia?**

Como pressuposto, é possível que o uso efetivo destas ferramentas tecnológicas de redes sociais, por parte dos bibliotecários (as) do IFBA, não atende ao processo de disseminação da informação, em função da ausência de estratégias adequadas e do pouco incentivo ao uso das redes sociais virtuais.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

Compreender de que forma as ferramentas de redes sociais são utilizadas no processo da disseminação da informação nas bibliotecas do IFBA.

1.2.2 Específicos

- Identificar as principais ferramentas ou plataformas de redes sociais utilizada pelos (as) bibliotecários (as) do IFBA;

- Analisar os conteúdos postados e as informações disseminadas nas páginas das ferramentas de rede sociais das bibliotecas do IFBA;
- Investigar os principais obstáculos que impedem o uso efetivo das ferramentas de redes sociais nas bibliotecas do IFBA;
- Examinar o uso das ferramentas de redes sociais como instrumento de disseminação e convergência de informação, em bibliotecas e conjunto de atores conectados entre si no IFBA;
- Recomendar estratégias para orientar os (as) bibliotecários (as) do IFBA na disseminação do uso das redes sociais no ambiente de aprendizagem institucional.

1.3 JUSTIFICATIVAS

Um dos motivos que justifica a relevância acadêmica desta investigação é o benefício da compreensãoda forma de utilização das ferramentas de redes sociais como disseminadoras de informações por intermédio dos bibliotecários. Os usuários da redes sociais na web tem crescido cada vez mais ultrapassando até os serviços de *e-mail*. Desse modo, transformando as ferramentas de redes sociais em verdadeiras filiais das bibliotecas físicas, todavia, emambiente ubíquo, gratuito e virtual.

Para isso foram consultadas dissertações e teses que tratam do uso das ferramentas de redes sociais virtuais (FRSVs) nas bibliotecas dos Institutos Federais brasileiros (IFs). No âmbito dos Institutos Federais o tema é quase inédito e no IFBA não foram encontrados trabalhos similares. Foi identificada nos IFs a dissertação escrita por Carolins (2013), Redes sociais e comunicação organizacional: o caso do Instituto Federal Catarinense.

Nesta pesquisa, a autora procurou compreender os processos comunicacionais envolvidos e as relações que se apresentam nas interações entre usuários e os perfis dos envolvidos no uso do *Facebook* no Instituto Federal Catarinense. A autora utilizou a abordagem da comunicação organizacional com análise das publicações e questionários aplicados aos comunicadores da instituição, tendo como alvo de estudo a relação de parte de comunicação com perfil e a *fanpage* do *Facebook*, por ser esta ferramenta a mais utilizada, conforme ratifica a legislação daquele Instituto.

O artigo 13º da Instrução Normativa 005/2011 do Instituto Federal Catarinense estabelece que “o ingresso nas mídias sociais (facebook, twitter, orkut, entre outras)

será feita de forma coletiva, usando sempre o nome IFC e oportunizando que todas as Coordenadorias Especiais de Comunicação (CECOMs) postem informações de forma instantânea e democrática”. A rede escolhida para o perfil coletivo da instituição foi o Facebook já que, por constatação empírica, é a mais utilizada entre os estudantes e servidores do IF Catarinense em todos os campi.(CAROLINS,2013 p.27).

Em consulta a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia (IBICT) foi localizada dissertação intitulada “As mídias sociais como estratégia de comunicação em instituições de ensino: estudo de caso no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina”. Neste trabalho Pereira (2011) percebeu que as mídias sociais aproximam a Instituição a seu público, e que o principal obstáculo é a falta de formalização na adoção das mídias sociais como canais oficiais de comunicação.

Ademais, o potencial e a forma como os bibliotecários(as) utilizam as redes sociais virtuais para interagir e compartilhar informação, seja ela institucional ou não, aumentou com o advento da Internet, inclusive com o surgimento de diversos módulos de aplicativos, os quais permitem criar perfis personalizados e redes de contatos, que interagem com outras redes, constituindo-se em um importante recurso profissional e de capacitação, como se vê na citação abaixo :

Constatou-se que as redes sociais possibilitam novas formas de divulgação de informações, serviços e produtos para as bibliotecas, bem como de capacitação para seus usuários, por meio de tutoriais elaborados para esse fim. Hoje, conteúdos são pensados e concebidos nas bibliotecas somente porque há as redes sociais para a sua disponibilização. Isso resulta em inovações e agrega valor aos processos já existentes. (AGUIAR, 2013)

Autores como Chen, Chu e Xu(2012) afirmam que o engajamento, coordenação e fornecimento de serviços de qualidade por parte dos *stakeholders*, ainda é muito baixo, ou seja, poucas pesquisas de fato têm sido realizadas para compreender de que forma os bibliotecários(as) interagem de forma efetiva com os usuários que utilizam as FRSs.

De outro modo, o Manifesto sobre a Internet, elaborado pela Federação Internacional das Associações e Instituições Bibliotecárias(IFLA, 2002), incentiva todos os governos a

apoiarem a livre circulação da informação por bibliotecas e serviços de informação e se opõe a qualquer tentativa de censurar ou restringir o acesso à informação.

A relevância do uso das redes sociais é demonstrada em diversos estudos. Segundo dados da NADASQ;COMSCORE de 2012 os internautas latino americanos ficam conectados em média 24,3 horas mensais, contra 22,6 horas da média mundial. A América Latina é a região que tem maior crescimento do uso da web, taxa de penetração de 94,9% no uso das redes sociais, para 70,4% da taxa de penetração da população de internautas do mundo.

As novas ferramentas tecnológicas de redes sociais (*Facebook, Google+, Twitter, Myspace, Orkut*) são partes do surgimento de um novo paradigma informacional e tecnológico. Nesta direção, Castells (2009) apresenta as redes como a “nova morfologia social da sociedade”, pois modificam de forma substancial os processos produtivos, dentro de uma revolução tecnológica assimétrica e muito veloz que provoca uma ruptura histórica nunca vista antes.

Foi escolhida para esse estudo de caso a Ferramenta Social *Facebook* em virtude dessa ser a rede que mais cresce no Brasil. De acordo o site *SocialBaker* (2013) o Brasil é o segundo maior país em *Facebook*, com 58 milhões de usuários, seguida de perto da Índia (56 milhões de usuários) e ficando atrás somente dos Estados Unidos com 166.029.240.

O uso do *Facebook* também tem ganhado muitos adeptos na telefonia móvel com a utilização de aplicativos que permitem receber conteúdo via mensagem de texto, vídeo e outros suportes, além de reduzir a distância entre a rede social e o usuário. Essas conexões são realizadas com o uso de celulares e *smartphones* permitindo a vantagem de disseminar informação de forma mais veloz, dinâmica e instantânea.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação tem início com o capítulo um – Introdução, que traz uma breve explanação sobre o histórico do tema, objeto de estudo, problematização, objetivos e justificativas. Em seguida, três capítulos: Revisão da Literatura, que engloba o Referencial Teórico e Procedimentos Metodológicos. Por fim, a Apresentação e Discussão dos Resultados (análise dos dados) e as Considerações Finais com algumas recomendações para novos estudos sobre o tema.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 WEB 1.0 A WEB SOCIAL (WEB 3.0)

Na década de 1990 a interação em redes que predominava era a navegação unidirecional, ou mono modal (web 1.0) que utilizava o uso acelerado dos motores de busca. Como caracteriza Santaella e Lemos (2010, p.57) a intensa velocidade da extensão e interconexão entre nódulos informacionais da rede fez com que as comunidades se formassem ao redor de nódulos estratégicos de interesse compartilhado; surgindo daí as primeiras redes sociais.

Segundo Robredo e Brashcer (2010) a expressão “*Web 3.0*” apareceu pela primeira vez num polêmico e virulento artigo de Jeffrey Zeldman (2006), publicado na revista eletrônica *A List Apart Magazine - for peoplewhomake websites*.

A web 3.0 surge com a interação híbrida e o entrelaçamento multimodal, - era dos *streams*. Outra característica é o uso ubíquo de aplicativos, dispositivos móveis (wireless), rastreamento espacial em tempo real (*lifestreaming*).

Santaella e Lemos (2010 p.61) afirma que “*a evolução das redes 3.0 traz um deslocamento radical em direção à experiência midiática de um presente contínuo: na era da mídia “always on” o passado importa pouco, o futuro chega rápido e o presente é onipresente.*”

2.1.1 A WEB 1.0

O termo Web 1.0 tem forte ligação com o novo paradigma da internet, um exemplo clássico seria os primeiros mecanismo de busca simétrica: Google, Yahoo, Excite. A geração Web 1.0 tinha a intenção de indexar e organizar a maior quantidade de informações da rede. Uma de suas características era a pouca interatividade e os aplicativos fechados, a exemplo dos diretórios (taxonomia), sites particulares, sistemas de gestão de conteúdo, websites pessoais e *pageviews* - numero de vezes que uma página é visualizada em um navegador.

WEB 1.0		WEB 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal Websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	Web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

<http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html>

Figura: 01- Web 1.0 x Web 2.0

Fonte: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Segundo Weinberg (2000) o *DoubleClick* é um exemplo de companhia da geração da Web 1.0 que a época fornecia anúncios em forma de banners para provedores de conteúdo e gestão de dados e serviços de publicidade, seus primeiros usuários eram chamados de “*mashups*”. A *DoubleClick* foi fundada em 1996 em Nova Iorque, em abril de 2007 foi adquirida pelo Google. Cabe ressaltar que o *DoubleClick* foi um dos fatores decisivo para a criação do *GoogleAdSense* da geração da Web2.0.

A *Akamai* é uma empresa de Internet da geração 1.0 entre os seus principais serviços, está o armazenamento de imagens e vídeos para a estrutura interna de sites de grande porte.

O *BitTorrent* é o pioneiro no P2P² (*peertopeer*) um protocolo de rede da geração Web 2.0 que permite ao usuário realizar downloads de arquivos, em geral indexados em *websites*. Esse protocolo introduziu o conceito de compartilhar o que já foi feito *download*, maximizando o desempenho e possibilitando altas taxas de transferência, mesmo com um enorme número de usuários realizando downloads de um mesmo arquivo simultaneamente, estes arquivos (*downloads*) são quebrados em pedaços. O *BitTorrent*

²Por não se basear em uma arquitetura cliente-servidor, onde apenas o servidor é responsável pela execução de todas as funções da rede, o P2P tem uma enorme vantagem justamente por não depender de um servidor e de todos os nós estarem interconectados permitindo o acesso a qualquer nó de qualquer nó. Por esse motivo a rede tem uma elevada disponibilidade. Nessa arquitetura a partilha de recursos e a performance são superiores.(WIKIPEDIA, 2014 P2P).

demonstra um dos princípios fundamentais da Web 2.0: o serviço fica automaticamente melhor quanto mais pessoas o utilizam. Enquanto o Akamai deve adicionar servidores para melhorar o serviço.

Os *Pageviews* são os números de acessos ou vezes em que uma página da internet é visualizada em algum navegador. Na Web 2.0 os *Pageviews* foram substituídos pelo custo por clique (*cost por click*):

O *GoogleAdSense* permite distribuir anúncios do Google ao lado do seu próprio conteúdo, monetizando o tráfego; os editores de sites ganham dinheiro exibindo anúncios relevantes com a segmentação automática dos usuários(BATTELLE, 2005).

A *EncyclopædiaBritannica On-line* tem fortes características da Web 1.0 é um site com mais de 120 mil artigos atualizados regularmente. Possui referências diárias, atualizações e ligação para notícias do The New York Times e da BBC. Alguns artigos têm acesso livre, mas são exibidas apenas algumas linhas de texto. Iniciado no começo de 2007, a Britannica vem disponibilizando ligações para artigos com acesso livre, em sítios externos.Tais ligações externas melhoram com frequência o ranking dos artigos nos resultados dos buscadores(WIKIPEDIA, 2014).

Na Web 2.0 o espaço é interativo os usuários ajudam a criar os verbetes. A *Wikipedia*, por exemplo, é uma enciclopédia livre baseada na Internet, iniciada em 2001 utiliza gestão de código aberto. É supervisionado pela Fundação sem fins lucrativos *Wikimedia*. Utiliza software colaborativo conhecido como “*wiki*”³, que facilita a criação e desenvolvimento de artigos.

³Este software colaborativo permite a edição coletiva dos documentos usando um sistema que não necessita que o conteúdo seja revisto antes da sua publicação. Uma das características definitivas da tecnologia *wiki* é a facilidade com que as páginas são criadas e alteradas - geralmente não existe qualquer revisão antes de as modificações serem aceitas, e a maioria dos *wikis* são abertos a todo o público ou pelo menos a todas as pessoas que têm acesso ao servidor *wiki*. Nem o registro de usuários é obrigatório em todos os *wikis*. (WIKIPEDIA, 2014.Wiki)

2.1.2 A WEB 2.0

De acordo com Wikipedia a Web 2.0 é um termo popularizado a partir de 2004 pela empresa americana O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web como plataforma", envolvendo wikis, aplicativos baseados em folksonomia, redes sociais e Tecnologia da Informação.

A Web 2.0 oferece aos usuários de internet interação, colaboração e comunicação é mais conhecida por sua natureza de caráter social, ou seja com a participação dos indivíduos, incluindo serviços Web, como Wikipedia, Facebook, Flickr, Youtube, intranets, banco on-line, sites de referências. Além de permitir conteúdos como podcasts e a possibilidade de disseminação de texto, fotos, áudio e vídeo.

O conceito ligado à Web 2.0 é o de comunidades e serviços que têm a "Web como plataforma". Essas comunidades e esses serviços envolvem aplicativos baseados em folksonomia, redes sociais e tecnologia da informação, diferente da web 3.0 que é baseada no indivíduo (*individual focus*).

A web 2.0, segunda geração da WorldWide Web, destacou-se como plataforma para desenvolvimento de aplicativos, com a intensa colaboração entre usuários, criação de blogs e vídeos: Wikipedia; wikis, search engine participation (SEO) e taggins ("folksonomy"⁴), instant messengers (Live/Msn; Gtalk; Messenger/Msn).

Para Rehman e Shafique (2011) o conceito de trabalho colaborativo, redes sociais e da facilidade no uso destas aplicações trouxe uma mudança significativa no estilo de uso da Internet. A popularidade de aplicativos de redes sociais, blogs e compartilhamento nas redes sociais alterou a forma e o comportamento dos usuários de bibliotecas. O conceito de Web 2.0

⁴**Folksonomia** é uma maneira de indexar informações. Esta expressão foi cunhada por Thomas Vander Wal. É uma analogia à taxonomia, mas inclui o prefixo *folks*, palavra da língua inglesa que significa pessoas. O ponto forte da folksonomia é sua construção a partir do linguajar natural da comunidade que a utiliza. Enquanto na taxonomia clássica primeiro são definidas as categorias do índice para depois encaixar as informações em uma delas (e em apenas uma), a folksonomia permite a cada usuário da informação a classificar com uma ou mais palavras-chaves, conhecidas como *tags* (em português, marcadores). (Wikipedia, 2014)

surgiu em outras disciplinas e mudou todo o modo das práticas na Biblioteconomia e na Ciência da Informação.

O'Reilly e Batelle (2009) afirmam que há cinco anos, lançaram uma conferência baseada em uma ideia simples, essa ideia se transformou em um movimento. A **Conferência Web 2.0** original (agora o **Web 2.0 Summit**) foi concebida para restaurar a confiança em uma indústria que tinha perdido seu caminho após o estouro da bolha pontocom, estava em seu caminho para se tornar uma plataforma robusta para uma geração de cultura de mudança de aplicações e de serviços de informática.

Uma de suas características destaca-se o intercâmbio de informações entre seus usuários, com compartilhamento de músicas, vídeos e *softwares*: *Napster*; *Bittorrent*. Desde que foi empregado, o termo tem sido utilizado em consenso por empresas e pesquisadores de todo o mundo (O'REILLY, 2005; TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007).

Web 1.0: Termo cunhado em oposição a "Web 2.0", que se refere ao período em que a internet restringia-se ao mundo virtual e os usuários eram apenas leitores do conteúdo produzido e disponível na rede, com pouca possibilidade de produção própria, compartilhamento e interação entre os agentes da rede (O'REILLY, 2005; TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007).

No contexto da Web 2.0 surge a Biblioteca 2.0 que segundo Maness (2007) é "a aplicação de interação, colaboração, e tecnologias multimídia baseadas em web para serviços e coleções de bibliotecas baseados em web, uma espécie de rede social, em vários sentidos, é a Biblioteca 2.0, biblioteca na web no futuro pode parecer muito mais com uma interface de rede social. Alguns exemplos da passagem de Biblioteca 1.0 para Biblioteca 2.0 incluem:

1. Referência por e-mail/Páginas de Perguntas e Respostas (Web 1.0).- *Referência por chat (Web 2.0)*.
2. Tutoriais textuais (Web 1.0). - *Tutoriais com streaming media e bases de dados interativas (Web 2.0)*.
3. Webmasters, listas de e-mails (Web 1.0). - *Blogs, wikis, alimentadores RSS (Web 2.0)*.

4. Esquemas de classificação controlada (Web 1.0). – *Tagging somada com esquemas controlados (Web 2.0).*
5. OPAC (Web 1.0). - *Interface personalizada de rede social. (Web 2.0).*
6. Catálogo de grande confiabilidade impressa e propriedade eletrônica (Web 1.0). - *Catálogo de confiabilidade e propriedade suspeita, páginas web, blogs, wikis, etc. (Web 2.0).*

Os quatro elementos essenciais da Biblioteca 2.0 são:

- Centrada nos usuários que participam na criação de conteúdos e serviços nas bibliotecas da web, OPAC, etc. O consumo e a criação do conteúdo é dinâmica, e por isso as funções do bibliotecário e do usuário nem sempre são claras.
- Oferece uma experiência multimídia. Ambos, coleções e serviços de Biblioteca 2.0, contêm componentes de áudio e vídeo. Embora isso nem sempre seja citado como uma função de Biblioteca2.0, é aqui sugerido que deveria ser.
- É socialmente rica. A presença da biblioteca na web inclui a presença dos usuários. Há tanto formas síncronas (ex. MI) e assíncrona (ex. wikis) para os usuários se comunicarem entre si e com os bibliotecários
- É comunitariamente inovadora. Este é talvez o aspecto mais importante e singular da Biblioteca 2.0. Baseia-se no fundamento das bibliotecas como serviço comunitário, mas entende que as comunidades mudam, e as bibliotecas não devem apenas mudar com elas, elas devem permitir que os usuários mudem a biblioteca. (MANESS, 2007)

2.1.3 A WEB 3.0 (Web Semântica. Web social)

A Web 3.0 pode ser caracterizada como uma rede social semântica que surge com o novo paradigma social das redes e compartilhamento do conhecimento disperso e descentralizado. O termo Web 3.0 foi empregado pela primeira vez pelo jornalista John Markoff, num artigo do *The New York Times* e logo incorporado pela comunidade virtual. (Wikipedia, 2014).

A Web 3.0, anunciada como a terceira onda da Internet, projeta estruturar todo o conteúdo disponível na rede mundial de computadores dentro dos conceitos de “compreensão das máquinas” e “semântica das redes”⁵(Wikipedia, 2014).

Para Bernes-Lee (2001) “A Web Semântica não é uma Web separada, mas uma extensão da atual. Nela a informação é dada com um significado bem definido, permitindo melhor interação entre os computadores e as pessoas”. (W3C)

Logo, o termo “Web Semântica” dá às pessoas a capacidade de criarem repositórios de dados na Web, construírem vocabulários e escreverem regras para inter operarem com esses dados.(W3C).

Souza e Alvarenga (2004) apresentam o processo de atualização por que passa a *World Wide Web* na sua transição para o que tem sido chamado de Web Semântica no contexto da redes de comunicação com a Internet, bem como, dos profissionais que lidam com a informação.

A palavra de ordem que se iniciou com o XML é “interoperabilidade”, ou seja, a possibilidade de sistemas diferentes “conversarem” entre si. Tudo indica que os padrões que estão sendo desenhados para esta nova *Web* também sejam adotados na arquitetura de bibliotecas digitais e de novos sistemas de informação. Podemos esperar que estas tecnologias também tragam mudanças para a área e a atividade dos profissionais da ciência da informação.

Pereira(2011) corrobora que **Web social** é um termo que designa a “Web 2.0”, fazendo referência a uma de suas principais características: a presença de redes sociais, com intensa colaboração entre agentes destas redes.

O uso dos sistemas de informação, motores de busca, e a interação com o usuário, permite aumentar as possibilidades da Web Semântica.

Souza e Alvarenga(2004) reforçam a importância do uso da web semântica ao afirmar que a “lógica intuitiva e natural do RDF permite que projetemos interfaces para sistemas de informação de forma mais intuitiva e coerente com o funcionamento cognitivo dos seres humanos .

⁵Uma rede semântica é uma forma gráfica de representação de conhecimento, onde os objetos, conceitos ou situações no domínio são representados por um conjunto de nós conectados entre si através de um conjunto de arcos, que representam as relações entre os nós.(ENGELS

Assim, com os agentes inteligentes, é possível aprimorar e personalizar a utilização dos perfis de usuários para que a interação destes com os sistemas seja mais significativa e ágil.

Web 1.0 / 2.0 / 3.0 Summary

Crawl	Walk	Run
Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Mostly Read-Only	Wildly Read-Write	Portable & Personal
Company Focus	Community Focus	Individual Focus
Home Pages	Blogs / Wikis	Lifestreams / Waves
Owning Content	Sharing Content	Consolidating Content
Web Forms	Web Applications	Smart Applications
Directories	Tagging	User Behavior
Page Views	Cost Per Click	User Engagement
Banner Advertising	Interactive Advertising	Behavioral Advertising
Britannica Online	Wikipedia	The Semantic Web
HTML/ Portals	XML/ RSS	RDF / RDFS / OWL

Figura 02 – Web 1.0 – 2.0- 3.0.

Fonte: <http://rockcheetah.com/blog/technology/web-2-0-3-0-impact-on-hospitality-technology-hftp-hitec/>

A Web 3.0, além disso, permite a interpretação de grande quantidade de dados, informação e conhecimento com o uso de *data-mining*, linguagem natural, ou seja, técnicas de inteligência artificial (Web Inteligente). Para isso, utiliza-se da colaboração, interatividade e compartilhamento de informações por seus agentes (*stakeholders*)- focada no indivíduo – como exemplo o uso de telefonia *smartphones*, *Ipods* (smartapplications).

Um bom exemplo disso são os chamados “*sistemas de recomendação*”⁶ que permitem combinar várias técnicas computacionais para selecionar itens personalizados com base nos interesses dos usuários e conforme o contexto no qual estão inseridos. A “Lista de Desejos da

⁶ As raízes dos sistemas de recomendação podem ser encontradas nos trabalhos extensivos das ciências cognitivas, teoria de aproximação, recuperação da informação, teoria de previsões e também possuem influências das ciências de administração e marketing. A área de sistemas de recomendação emergiu como uma área de pesquisa independente, no meio da década de 90, quando a partir do sistema de recomendação Tapestry, os pesquisadores passaram a focar em problemas de recomendação que explicitamente invocavam estruturas de avaliação (*ratings*). A partir deste momento surgiram os primeiros artigos sobre filtragem colaborativa, nos quais o problema foi formalizado primeiramente e desde então estudado intensamente. (Wikipedia, 2014)

empresa de livros Amazon monitora o que você olhou e comprou, e usa essa informação para indicar novos produtos para os seus usuários, ver figura 03.

Nas ferramentas de redes sociais os sistemas de marcações correspondem as “marcações” de amigos, ou chamados “tags”. Na biblioteconomia os sistemas de informação equivalem aos bibliotecários de referência afirma Souza (2014):

A grande questão é que um sistema de recomendação, às vezes, não tem informações sobre o cliente para que possa construir, por meio de um sistema de filtragem de informações, “predições” que possam atrair e conquistar a atenção e a preferência que um cliente daria a um produto como um filme, um livro ou uma música dentro de um contexto específico. Por exemplo, as informações sobre o meu histórico de compras ou buscas na Amazon podem gerar recomendações “descontextualizadas” no momento em que eu desejar comprar um presente para a minha mãe.

The image shows a screenshot of the Amazon.com website's recommendation system. At the top, the Amazon logo and 'amazon.com' are visible, along with 'Help | Close window' links. Below this is a yellow header for 'Recommended for You'. The first recommendation is the book 'Inside Apple: How America's Most Admired--and Secretive--Company Really Works' by Mark Zuckerberg. It shows the book cover, the title, a price of \$9.99, and a 'See all buying options' button. To the right, there is a 'Rate this item' section with a star rating of 4.5 and two checkboxes: 'I own it' and 'Not interested'. Below this is another yellow header for 'Because you purchased...'. The second recommendation is 'The Toyota Way : 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer (Kindle Edition)'. It shows the book cover, the title, and a star rating of 4.5. To the right, there are two checkboxes: 'This was a gift' and 'Don't use for recommendations'.

Figura: 03 –Sistema de Recomendação da Amazon.
Fonte: www.amazon.com

2.2 REDES SOCIAIS

Os estudos da abordagem da teoria de redes tem um longo histórico, de acordo com Barabási (2006), começou com o matemático Leonard Euler ao interpretar o enigma da Ponte de Königsberg, cuja solução ajudou a criar a teoria dos grafos, “teoria que nos possibilita um tratamento matemático para redes” (NUNES, 2012 p.13).

Na formação e constituição de “**redes**” são necessários dois elementos: nós e conexões. “Os “nós” sempre competem por ligações, porque as ligações representam sobrevivência em um mundo interconectado” afirma Barabási (2006).

É importante compreender que o estudo de “redes sociais” se diferencia do estudo dos “sites de redes sociais”. Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. (RECUERO, 2007 p.102)

Para Boyd e Ellison (2007) há dois elementos importantes a **apropriação** (sistema utilizado para manter redes sociais e dar-lhes sentido) e a **estrutura** (cuja principal característica é a exposição pública da rede dos atores, que permite separar a diferença entre esse tipo de site e outras formas de comunicação mediada pelo computador através de interações de algum tipo de site de rede social).

A estrutura tem um duplo aspecto: por um lado, a rede social é expressa pelos atores em sua “lista de amigos”, “conhecidos” ou “seguidores”. Por outro lado, a rede social está viva através das trocas conversacionais dos atores, aquela que a ferramenta auxilia a manter. (RECUERO, 2007 p.103).

A característica mais forte das redes sociais é a interação ou relações entre os indivíduos. As redes sociais são formadas por pessoas que interagem, tem interesses mútuos ou alguma relação entre si; posto que as mídias sociais são plataformas tecnológicas utilizadas somente para compartilhamento de informação ou conteúdo.

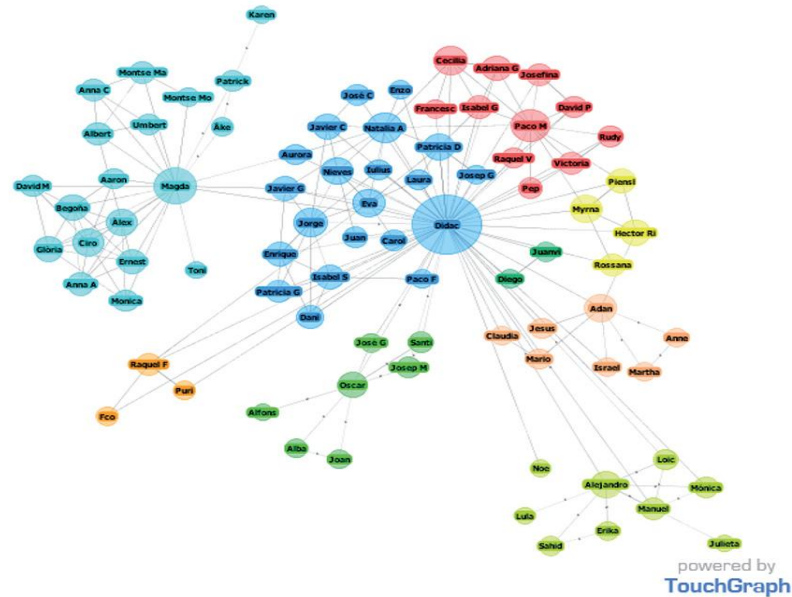


Figura 04 - Rede social de indivíduos.

Fonte: MARGAIX-ARNAL(2007)

Para Recuero (2010, p.103), os sites de redes sociais (Facebook, Orkut, Myspace) por si só não são redes sociais, eles apenas atuam como suporte para as interações que constituirão as redes sociais. Esses sites são apenas sistemas, neste caso os usuários (*stakeholders*) são os atores sociais que utilizam essas redes e formam um processo permanente de construção e expressão de identidades no ciberespaço.

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 (MARTELETO, 2001 p.53; 72).

Para Recuero (2009 p.24) o estudo das redes sociais na Internet permite identificar o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas podem gerar fluxos de informações e trocas sociais que alteram estruturas. Afirma a autora que para estudar essas redes é preciso conhecer seus elementos e a dinâmica dos processos. Dentre as principais vantagens para o uso das redes sociais destaca-se a promoção de serviços de informação, interação com novos usuários em um curto espaço de tempo, além de permitir a criação de novas informações e conhecimentos.

Janielli e Bettio (2012) argumentam que diversas atividades podem ser desempenhadas com a utilização de ferramentas sociais: chat, fotos, vídeos,

compartilhamento, eventos, comentários, enquetes, conteúdo, mensagens, marcação e debates. Para esses autores, essas ferramentas também podem ser usadas no apoio ao ensino pelos professores (quadro 1). Eles elaboraram um guia para uso do *Facebook* em uma Instituição de ensino superior por educadores.

Ferramentas	Como usar?
Chat	Tirar dúvidas em tempo real. Professor e Professor, Aluno e Professor, Secretaria e Aluno, Comunidade juntamente com alunos, professores e secretária.
Fotos e Vídeos	Divulgar os trabalhos e atividades realizadas. Por exemplo, um vídeo de uma palestra ocorrida no campus, ou fotos de um estudo de campo. É importante buscar a melhor qualidade da imagem a serem publicadas.
Compartilhamentos	Difundir informações e conhecimentos relevantes para os usuários do Facebook que não participam diretamente dos grupos criados (unidades curriculares/disciplinas)
Eventos	Divulgar e receber a confirmação da participação em reuniões, viagens, palestras, entre outros.
Comentários/Mensagem	Lembrar as provas, trabalhos e resolver dúvidas individuais. Criar um ambiente de interação/debate sobre determinadas temáticas.
Enquetes	Coletar a opinião a dos alunos ou demais atores a respeito de um determinado assunto.
Conteúdo	Criação de novas páginas dentro de um grupo. Podem ser colocados assuntos diversos que ficam armazenados por tempo indefinido. Exemplos: Notas de exames, resumos de aula, planos de ensino.
Marcação de imagens, vídeos e comentários	Sempre que possível marcar todos os envolvidos no conteúdo exposto para explicitar e estimular participante.
Debates	Quando o professor divulgar algum material é possível divulgar também um espaço para debate do assunto, orientando os alunos a deixar apenas um comentário, e depois debater sobre o assunto com seus colegas e professores para uma melhor fixação do conteúdo

Quadro 01- Ferramentas de rede social e seus usos como apoio ao ensino.

Fonte: Juliani; Souza; Bettio (2012)

No âmbito institucional federal a regulamentação do uso das redes sociais com critério e responsabilidade ainda é nova no Brasil. Foi publicada a Portaria de nº 38, do Conselho de Defesa Nacional, estabelecendo diretrizes para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal (APF).

Nesse documento, conceituou-se *redes sociais* como: “estruturas sociais digitais compostas por pessoas ou organizações conectadas por um ou vários tipos de relações, que

partilham valores e objetivos comuns”. (BRASIL. CONSELHO DE DEFESA NACIONAL. Portaria nº 38, de 11 de junho de 2012).

Por outro lado, a importância do uso e da conectividade nas redes sociais no Brasil tem se destacado de acordo com diversas pesquisas, em termos gerais. De acordo com reportagem do periódico “Folha de São Paulo” estudo da empresa de consultoria Comscore relata que os brasileiros gastam 8 horas por mês na utilização da Ferramenta de Rede Social (FRS), entre as quais o Facebook supera a média global:

Brasileiros cadastrados na rede ficam conectados, em média, oito horas por mês, mais que a média mundial, de 6,3 horas mensais. A principal interação do brasileiro é o compartilhamento de fotos, feito por 82% dos usuários, seguido da ação "curtir" uma foto (74%) e ler atualizações de status (73%). A pesquisa ouviu 1.035 pessoas entre junho e agosto. (ARAGÃO, 2012)

2.3 FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS (FRS).

2.3.1 Facebook

De acordo com a Enciclopédia Britânica (2002) o *Facebook* é uma empresa americana que oferece serviços de redes sociais *online*. Foi fundada em 2004 por alunos da Universidade Harvard: Marck Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Criado como um diretório on-line que conecta pessoas através de redes sociais em faculdades. (GROSSMAN, 2010).

Segundo Scale (2008) o Facebook tornou-se tópico de pesquisa na literatura em 2007, no periódico *Library and Information Science*.

O Facebook permite o uso de diversos aplicativos onde é realizada a comunicação instantânea com outros usuários, por meio de bate-papo online, ou com uso de câmera. Os diversos tipos de interação são muito parecidos com a vida real, além do uso de comentários, fotos, vídeos.

Scale (2008) realizou estudo na Universidade de *West Indies* (Kingston), Jamaica, com o Facebook para identificar o comportamento e a atividade on-line dos usuários. Procurou encontrar um especialista em língua inglesa e localizar informações sobre Programa de Doutorado em Ciência da Informação através do contato dos grupos naquele país.

Nesta linha de pensamento, Keiserman (2012) afirma que os relatos pessoais dos usuários são de extrema importância na manutenção da atividade do Facebook, pois fazem

referência a conteúdos afetivos que permitem que as mensagens postadas ou disseminadas possam construir e manter uma rede de apoio ativa, de forma fácil e eficiente.

O Facebook conta com 166.029.240 milhões de usuário ativos mensais (UAM) nos Estados Unidos. O Brasil em segunda colocação com 58.404.860 milhões de usuários ativos mensais, de acordo com artigo intitulado: “Parabéns ao Brasil: O segundo maior país em Facebook”. (SOCIALBAKERS, 2013).

List of Countries on Facebook

#	Country	Number of Users	Change	(± %)	Penetration
1	Indonesia	47 328 520	+7 604 380	+19.14%	19.48%
2	India	56 675 820	+3 169 180	+5.91%	4.83%
3	United States	166 029 240	+2 515 400	+1.54%	53.52%
4	Brazil	58 404 860	+1 677 680	+2.96%	29.04%
5	Japan	15 506 280	+1 531 520	+10.96%	12.23%
6	Mexico	38 447 800	+918 760	+2.45%	34.19%
7	Vietnam	7 917 940	+725 020	+10.08%	8.84%
8	Nigeria	5 864 000	+723 980	+14.09%	3.85%
9	South Africa	6 041 500	+693 120	+12.96%	12.30%
10	Russia	6 694 360	+640 360	+10.58%	4.80%

Figura 05 - Congratulations To Brazil: The 2nd Biggest Country On *Facebook*!

Fonte: <http://www.socialbakers.com/blog/529-congratulations-to-brazil-the-2nd-biggest-country-on-Facebook>.

De acordo com a assessoria de imprensa do *Facebook* esta rede social atingiu um bilhão de usuários ativos em outubro de 2012 em todo mundo.

One billion monthly active users as of October 2012. Approximately 81% of our monthly active users are outside the U.S. and Canada. 552 million daily active users on average in June 2012. 600 million monthly active users who used *Facebook* mobile products in September 2012. (*Facebook/Press*)⁷

⁷ Um bilhão de usuários ativos mensais a partir de outubro de 2012. Cerca de 81% dos nossos usuários ativos mensais estão fora dos EUA e Canadá. 552 milhões de usuários ativos por dia, em média, em junho de 2012. 600 milhões de usuários ativos mensais que usaram produtos móveis do Facebook, em setembro de 2012. (*Facebook / Imprensa*)

Em junho de 2011, a rede social chegou a 1 (um) trilhão de *pageviews* (visualizações). Sendo assim, o *Facebook* se tornou um dos sites mais visitado na Internet, segundo os dados compilados pela rede *DoubleClick*, uma subsidiária da Google. (TITLOW, 2011).

O *Facebook* é também considerado líder entre os estudantes, que se conectam por intermédio de link, utilizam mensagens de status, escrevem sobre o perfil do usuário, fazem comentário e interações com determinados grupos estruturados. Além disso, essa rede social tem um importante diferencial, que é a criação de aplicativos que permitem a personalização das páginas, como afirma Boyd e Ellison (2007).

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site⁸. (BOYDE; ELLISON, 2007)

No Brasil, uma rede social que foi muito utilizada era o Orkut que, segundo Couto e Rocha (2010, p.11) era uma ferramenta implementada pela Google, criada em 24 de janeiro de 2004 pelo engenheiro turco Orkut Büyükkökten, com o objetivo de ajudar seus membros a iniciarem novas amizades e manterem as existentes, constituindo-se em um fenômeno de público no país.

Por fim, o interesse pela escolha do uso da rede social *Facebook* nesta investigação surgiu depois que foi realizada uma consulta telefônica e presencial aos bibliotecários (as) do IFBA, constatou-se que entre junho de 2012 e janeiro de 2013 seis (6) campi utilizavam o Facebook.

⁸Nós definimos sites de redes sociais como serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões podem variar de *site* para *site*.

2.3.2 Google+

O Google+ integra serviços sociais (como o *Google Profiles*) e introduz novos serviços identificados como *Circles* que permitem aos usuários organizar contatos em grupos, *Hangouts* (chat por vídeo); *Sparks* (sugestões de conteúdo); *Huddles* (chat em grupo).

O Google+ é considerado a quarta rede social da empresa, seguindo o Google Buzz (lançado em 2010, descontinuado em 2011), o Google Friend Connect (lançado em 2008, descontinuado em março de 2012) e Orkut lançado em 2004, descontinuado em setembro de 2014(WIKIPEDIA, 2014 Google+)

Para Xavier de La Porte (2013),o **Google+** não é uma rede social porque tem como objetivo ter amigos e segui-los, seu verdadeiro propósito é ser um banco de dados relevante do que nós fazemos e registramos na web.



Figura 06 - Google+

Fonte: <https://plus.google.com/u/0/up/search>

2.3.3 Twitter

Na opinião de Matsuki (2012) apesar do Twitter ter perdido 24% do tráfego em 2012, ele ainda é a segunda “rede social” mais popular do Brasil. Mesmo com o declínio, o microblog passou o Orkut em números de visitas neste ano”.

No ranking geral de sites, o Twitter é a 11ª página mais acessada do país. Dentre outras ferramentas de redes sociais que se destacam, citamos o **Twitter**, criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone.

O twitter é utilizado para envio e recebimento de mensagens curtas (SMS). Foi demonstrado que o twitter é uma ferramenta útil para a imagem corporativa (COMM, 2009). Para Santaella e Lemos 2010 , p.66 o Twitter é uma mídia social da geração 3.0.

Uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o design colaborativo de idéias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva. O que é o Twitter? Uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, „termômetro“ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas”. (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 66).



Figura 07 - Twitter
Fonte: <https://twitter.com/>

Ademais, o *Twitter* facilitou a comunicação nos protestos sociais e teve forte participação nos movimentos sociais com a utilização dos “*hashtags*”⁹, a exemplo do **#Occupy Wall Street** em Nova Iorque, e da “*hashtag*” **#sidibouzi** na Primavera Árabe, no Egito (GLEASON, 2013 p.2).

⁹ “**Hashtags**” são palavras-chave relevantes ou termos associados a uma informação antecedidas pelo símbolo “#”, que designam o assunto o qual está se discutindo em tempo real no Twitter e também foi adicionado ao Facebook. (Wikipedia, 2013)

2.3.4 Myspace

O *Myspace*, rede social criada em 2003, por Tom Anderson e Chris de Wolf, permite às bibliotecas e organizações terem um perfil pessoal sem precisar ter um perfil de página de fãs (*fanpage*), como exige o *Facebook*. (CONNELL, 2009, p.26). Segundo Uribe-Tirado e Echavarría-Ramírez (2008) - que chamam as ferramentas sociais de plataformas-, o Myspace é formado por um público mais escolar e juvenil

Ambas são ferramentas organizacionais de comunicação, informação e conhecimento que constituem, por uma ótica, um novo paradigma e um fenômeno social que favorece a ideia de “democracia digital”, e por outra, incentiva o aprendizado, liberdade de expressão e maior participação da sociedade civil em rede.



Figura 08 -MySpaceCn

Fonte: <https://myspace.cn>

2.3.5 WhatsApp Messenger

O *Whatsapp* é um caso de sucesso em telefonia móvel no Brasil e na Índia, fatura bilhões de dólares cobrando por anúncios de publicidade, além de contar com aproximadamente 500 milhões de usuários, foi adquirido recentemente pelo *Facebook*, que possui o *FacebookMessenger*, esse com 56 milhões de usuários, maior parte nos Estados Unidos. (AFP, 2014) .

Os telefones celulares são importantes ferramentas de transmissão e geração de conteúdo e disseminação da informação. Os usuários do *WhatsApp* podem criar grupos, enviar mensagens ilimitadas com imagens, vídeos e áudio. O *WhatsApp Messenger* é um desses aplicativo de mensagens multi plataforma, *Mobile Instant Messaging* (MIM), que permite trocar mensagens de forma assíncrona por intermédio do celular em tempo real.



Figura 09 -WhatsApp

Fonte: http://www.whatsapp.com/?l=pt_br

O uso desses novos aplicativos de mensagens instantâneas com dispositivos de telefonia móvel tem sido muito utilizado como aprendizado colaborativo, chamado de *mobile-learning* (*m-learning*) ou aprendizagem móvel, uma nova modalidade de ensino a distância.

Valentim (2009) define *mobile learning* como um conjunto de processos para chegar ao conhecimento mediante a conversação em múltiplos contextos entre pessoas e tecnologias interativas pessoais.

Como exemplo de aprendizagem móvel (*mobile-learning*) temos o caso de quando um indivíduo ao realizar uma caminhada ou dirigir um automóvel poderia acessar informações

sobre meio ambiente ou trânsito, com o uso de dispositivos móveis: *ipods*, *letreiros* ou *celulares*.

Rambe e Bere (2013) acreditam que a correta apropriação acadêmica e uso do *WhatsApp* como modelo de aprendizagem móvel tenha sofrido resistências no compartilhamento de informações entre estudantes. Embora, esse aplicativo tenha desencadeado uma participação significativa na aprendizagem individual de forma anônima a qualquer hora e em qualquer lugar.

2.4 REDES SOCIAIS E BIBLIOTECAS

As redes sociais têm sido muito utilizadas em diversos outros países. Realizou-se neste trabalho um levantamento na literatura sobre o uso das redes sociais em alguns países escolhidos de forma aleatória, são eles: Croácia, Nova Zelândia, Espanha, Portugal, Argentina, Estados Unidos, Malásia.

Na Croácia, Grgic (2013) examinou a presença do *Facebook* nas bibliotecas daquele país, analisando a quantidade e a qualidade das interações. Os achados da investigação apontam que Bibliotecários escolares croatas sabem como usar o *Facebook* em um nível básico, mas alguns não são educados o suficiente para administrar a participação do usuário no *Facebook*. A administração da página é sem planejamento e às vezes publicam conteúdo impróprio. Os usuários das bibliotecas croatas raramente interagem, a não ser para “curtir” o status da biblioteca e para incentivar a interação.

Phillips (2011) realizou análise de conteúdo das mensagens de bibliotecas acadêmicas postadas no *Facebook*, afirma que as redes sociais podem ajudar a cultivar uma marca institucional. Permite também incentivar os estudantes a irem além dos livros, eles podem se conscientizar de que a biblioteca é um lugar mais relevante do que antes percebiam.

O *Facebook* e o *Myspace* apresentaram amplo crescimento nos países de língua portuguesa e espanhola. A difusão destas duas FRSs apresentaram preferência na região da Península Ibérica e América Latina: “*el crecimiento de internet, permiten identificar a Facebook como una de las dos principales plataformas a nivel mundial, junto con MySpace, y para la zona iberoamericana, con Hi5, Tuenti Orkut y Bebo*” (URIBE-TIRADO & ECHAVARRIA-RAMIREZ, 2008).

Estudos do uso das redes sociais realizado no sudeste asiático, Malásia, (AYOU; ABDULLAH, 2011) afirmam que o tempo médio gasto na manutenção e atualização de uma página de bibliotecano *Facebook* variou em torno 120 minutos por semana.

Arif e Mahmood (2012) realizaram estudos da adoção da tecnologia da Web 2.0 (O “REILLY”), nas bibliotecas do Paquistão, utilizando o software *SurveyMonkey* em grupo de discussão e e-mails. Tais estudos identificaram que os bibliotecários daquele país também utilizam mensagens instantâneas, *blogs*, *wikis* e redes sociais como as tecnologias mais frequentes. Os resultados dessa pesquisa chegaram à conclusão de que os maiores obstáculos ao uso destas ferramentas encontram-se na baixa disponibilidade de computadores e à falta de conhecimento de informática por parte dos bibliotecários. Por fim, o estudo recomenda ao governo do Paquistão a atualização da infra estrutura tecnológica, a promoção de treinamento no exterior e que as Associações de bibliotecários promovam seminários sobre este assunto.

Nas bibliotecas públicas da Nova Zelândia o *Facebook* auxiliou no processo decisório como exemplo de inovação, e forma de empoderamento (*empowerment*) no qual a cultura, os valores da biblioteca e a motivação ajudam no processo de decisão. Além disso, pode ser utilizada para alcançar uma ampla gama de usuários, utilizando o principal fator motivador: a ferramenta promocional ou de marketing.

No Brasil, com relação ao uso das ferramentas sociais em bibliotecas universitárias (Aguiar, 2012) realizou estudos exploratório na Unesp, Unicamp e USP cujos resultados demonstram que essas bibliotecas ainda estão em estágio de teste e são pouco exploradas no uso de redes sociais. Além disso, a autora afirma que “as redes sociais não são apenas espaço de comunicação, mas também da participação, colaboração e integração”.

Estudos de Aguiar e Silva (2011) apontam que são poucas as bibliotecas universitárias, em países como Argentina, Brasil, Espanha e Estados Unidos, que exploram o potencial de recursos e possibilidades das plataformas de redes sociais.

Em geral, os sites de redes sociais são usados como uma ferramenta estática de comunicação. E redes sociais, sobretudo na internet, é troca, interação, participação, é muito mais do que uma simples ferramenta de comunicação de uma única via.

Sites de Redes Sociais	Bibliotecas Universitárias			
	Argentina	Brasil	Espanha	Estados Unidos
Facebook	12	21	46	65
Orkut	0	31	0	0
MySpace	0	0	0	29
Ning	0	1	1	0

Quadro 02: Uso de sites de redes sociais

Fonte: Aguiar e Silva (2011)

Segundo Aguiar e Silva (2011) os conteúdos dos perfis identificados no levantamento quantitativo das bibliotecas universitárias da Argentina e o Brasil estão um passo atrás da Espanha e dos Estados Unidos com relação ao conteúdo e os recursos disponibilizados na plataforma, já a interatividade ainda deixa a desejar nos quatro países.

Aguiar e Silva (2011) chegaram a conclusão que a maioria das bibliotecas universitárias somente utilizam as redes sociais como um canal de comunicação de via única, ou seja, não se utilizam das possibilidades interativas, uma das principais características da Web 2.0. Afirma que são poucas as bibliotecas universitárias (Argentina, Brasil, Espanha e Estados Unidos) que estão utilizando os sites de redes sociais como ferramenta de comunicação, informação e interação com os seus usuários.

2.5 REFERENCIAL TEÓRICO

2.5.1 Redes sociais virtuais

De acordo com Jambeiro e Ferreira (2003, p.180) o desenvolvimento acelerado da microeletrônica, da informática e das telecomunicações ajudou a moldar uma nova dinâmica social em que elementos como virtualidade, velocidade, conectividade (daí a denominação Sociedade em Redes, utilizada por Castells) e transparência tornaram-se elementos primordiais no cotidiano do cidadão e das sociedades humanas.

É pelas redes que fluem as informações necessárias ao funcionamento das estruturas socioeconômicas e culturais da humanidade. Segundo Goal, Kabane e Sonwane (2012) as redes sociais tendem a aumentar a conscientização e reflexão sobre a importância das redes informais de forma a melhorar o seu desempenho organizacional, no apoio aos pares e na redefinição de estratégias de disseminação de informações e notificações *online* entre os jovens.

Boyd e Elisson (2007) afirmam que as primeiras redes sociais surgiram por volta de 1997-SixDegrees.com; FriendsLists, Classmates.com- estas três listas faziam parte das comunidades de bate-papo instantâneo como AIM e ICQ, embora nestes últimos os perfis (*profiles*) dos amigos fossem invisíveis; somente com *Sixdegree*, em 1998, deu-se início a interação entre amigos e a criação de perfis visíveis para uma lista de outros amigos, conforme relato:

First recognizable social network site launched in 1997. **SixDegrees.com** allowed users to create profiles, list their Friends and, beginning in 1998, surf the **Friends lists**. Each of these features existed in some form before **SixDegrees**, of course. Profiles existed on most major dating sites and many community sites. AIM and ICQ buddy lists supported lists of Friends, although those Friends were *not* visible to others. Classmates.com allowed people to affiliate with their high school or college and surf the network for others who were also affiliated, but users could not create profiles or list **Friends** until years later. **SixDegrees** was the first to combine these features.¹⁰(BOYD; ELISSON, 2007)

¹⁰Primeiro site de rede social reconhecível, lançado em 1997. SixDegrees.com permitiu aos usuários criar perfis, listar os seus amigos e, a partir de 1998, a navegar nas listas com os amigos. Cada uma dessas características existia de alguma forma antes do SixDegrees, é claro. Os perfis existiam na maioria dos grandes sites de namoro e muitos sites da comunidade. Havia listas de amigos do AIM e ICQ, embora os amigos não fossem ~~eram~~ visíveis para os outros. Classmates.com permitiu as pessoas a se afiliarem com a

2.5.2 Disseminação da informação

De acordo com o Oxford Dictionary, o conceito de disseminação tem origem no Latim “*disseminare*”, “*disseminat*” significa “spread (something, especially information) widely”.¹¹ Já um Serviço de Disseminação da Informação (SDI) “é um conjunto de atividades que se destina a divulgar/propagar ideias, mensagens, fato... Considerado um instrumento que possibilita a transferência da informação.”¹². Além disso, disseminar informação supõe tornar pública a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição.

A noção de disseminação parte do princípio de que é importante compreender o significado da mesma, que, afetada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, necessita observar a recepção de forma não monolítica, interpretada como equivalente ao conceito de difusão, ou mesmo de divulgação. Neste sentido, Che, Chu e Xu (2012) afirmam que a disseminação da informação, *per si*, é medíocre no engajamento eficiente dos usuários.

Para Carvalho (2001) a disseminação da informação e do conhecimento depende de modo significativo do mediador, do profissional da informação que, cada vez mais, se destaca na filtragem da informação. O(a) bibliotecário(a) sempre lidou com a informação, porém, com o avanço das tecnologias, essa condição se modifica e a ela se incorporam novos suportes e novas atribuições decorrentes da complexidade das mudanças no campo da informação.

Do ponto de vista da função social Foskett (1969) afirma que o SDI é um serviço de informação que busca investigar o que se conhece acerca de determinado assunto e proporcionar ao consulente tanta informação quanto seja necessária, a fim de preencher uma lacuna em seu conhecimento.

Portanto, um dos principais objetivos de um serviço de SDI é manter os usuários bem informados nas suas áreas de interesse, bem como conscientes dos diversos “obstáculos informacionais” (institucionais, financeiros, psicológicos e lingüísticos) que impedem o uso e a busca da informação (GUINCHAT, MINOU, 1994, p, 481-491).

sua escola ou faculdade e navegar na rede com outros filiados, mas os usuários não podiam criar perfis ou lista de amigos; até anos mais tarde. O SixDegrees foi o primeiro a combinar esses recursos.

¹¹ Espalhar amplamente (alguma coisa, especialmente informação). Tradução nossa

¹²Nota da aula da professora Maria da Graças A. Teixeira ministrada em 2008 no curso de Biblioteconomia e Documentação da Universidade Federal da Bahia, (UFBA).

Para Figueiredo (1991) estes obstáculos podem ser desatualização e restrições ao uso da biblioteca; barreiras estratégicas de buscas fracas, excesso e dispersão de informação, logo “o objetivo de qualquer administrador bibliotecário pode ser definido de maneira simples: a satisfação das necessidades informacionais dos usuários”.

2.5.3 Disseminação seletiva da informação (DSI)

O conceito de Disseminação Seletiva da Informação (DSI) oriundo do inglês *Selective Dissemination Information* é um serviço personalizado que busca fornecer informações precisas de acordo com a necessidade de cada usuário.

Para Eirão (2009) a DSI desenvolveu-se, de forma mais sistematizada, a partir da década de 50 e 60, através de Hans Peter Luhn, da IBM Corporation, com o objetivo de minimizar esforços dos cientistas na busca de informações relevantes para o trabalho de pesquisa.

Luhn (1961) afirma que a DSI é “aquele serviço dentro de uma organização que se refere à canalização de novos itens de informação, para aqueles pontos onde a probabilidade de utilização, em conexão com o interesse corrente do usuário, seja alta”.

A proposta de implantação de um serviço de DSI, como um mecanismo de compartilhamento de informações redireciona o foco da oferta para o foco da demanda dos usuários, em função dos objetivos da organização e se mantém atual com as novas tecnologias existentes.

Nocetti (1980) sugeriu seis etapas para o serviço de DSI são elas:

Levantamento do perfil de interesse dos usuários – descrição detalhada da qualificação, especialidade, necessidades e interesses dos usuários;

Análise e tradução dos perfis – atribuição de descritores, palavras-chave e códigos legíveis pelo sistema, que representem os temas a serem recuperados;

Arquivamento dos perfis – armazenamento no sistema dos perfis dos usuários, para processamento automatizado;

Recuperação da informação – realizada por computador, pelo confronto dos perfis dos usuários com a base de dados;

Controle de qualidade – verificação realizada para teste dos resultados, a fim de identificar possíveis erros de estratégia e de linguagem;

Expedição aos usuários – envio das listagens e ficha de avaliação, após os controles de expedição.

Cabe ponderar que naquela época a informação estava retida no formato de referências bibliográficas, atualmente com o avanço do papel tecnológico na elaboração de perfis foi ampliado o escopo para atender a necessidade dos usuários com diversos pacotes de informação em meio virtual.

Para Souto (2006) são diversos os canais tecnológicos utilizados para agilizar/otimizar/facilitar a elaboração de perfis de interesse: telefone, email, chat, vídeo e software colaborativo. Logo, nota-se que os recursos tecnológicos de fato podem contribuir para o desenvolvimento de perfis de interesse.

Com o crescimento das redes sociais, a Disseminação Seletiva da Informação (DSI) chamada de Sistema de Disseminação está se tornando cada vez mais comum. Neste diapasão, um Sistema de Disseminação às vezes é classificado como sistema “*push*”, quando o usuário não procura de forma direta a informação. Ao contrário, em um Sistema de Pesquisa chamado de sistema “*pull*” o usuário desencadeia o processo de solicitação da informação de acordo com seu perfil. Logo, a interação social, no âmbito do ciberespaço, pode dar-se de forma síncrona ou assíncrona.

No sistema de disseminação, o usuário define um perfil e novas informações são comparadas e adicionadas ao perfil do usuário, se for considerado uma combinação (*match*) a mensagem é enviada para o e-mail dos usuários que expressam suas necessidades de informação.

Logo, um requisito importante para serviços de DSI é a personalização, que por sua vez, depende de interação privilegiada com o usuário, que deve prover informações de forma explícita ou implícita pela própria utilização do sistema. Além disso, a DSI possui a característica de antecipar as necessidades do usuário, facilitando as pesquisas, permitindo ao usuário ganhar tempo e obter um produto personalizado (BAX et. al.2004).

Da mesma forma, a DSI consiste num serviço personalizado que direciona para os usuários informações selecionadas e correntes, de acordo com o seu perfil de interesse. Os usuários recebem documentos publicados em sua área de interesse em períodos determinados.

Segundo Bax et al. (2004), um típico serviço de DSI tem por objetivo prover cada usuário inscrito com uma lista periódica e personalizada, dos novos trabalhos que deram entrada na base de dados e que podem se constituir em subsídios para trabalhos em andamento ou de interesse. Assim, cada usuário inscrito recebe um diferente conjunto de informações referenciais, dependendo de seus interesses particulares, tal como definido em seu “perfil de interesse”.

A DSI é também um tipo de serviço de alerta. De acordo com Robredo (2005, p.11) trata-se de um serviço regular e periódico de busca e recuperação da informação que se realiza sobre um número relativo de registros bibliográficos recentes, e não sobre a totalidade dos registros armazenados, como ocorre na busca retrospectiva.

Neste contexto, as ferramentas de redes sociais podem ser utilizadas para disseminar materiais de disciplinas específicas integrando uma base de perfil com *Facebook*, *Twitter*, dentre outras FRSs.

Diversas bibliotecas dos Estados Unidos utilizam o *Twitter* para informar a devolução de livros e avisar da chegada de novos materiais bibliográficos. Os *short messenger services* (SMS) via celular são utilizados nas bibliotecas como meio de comunicação para compartilhar notícias, palestras e venda de livros, de acordo com Milstein (2009).

Figueiredo (1979, p.136) na proposição apresentada abaixo:

Para que as nossas bibliotecas evoluam e se transformem no que se convencionou chamar de centro de informação ou de centro de análise da informação, é necessário que elas contem em primeiro lugar com a compreensão das autoridades para a importância e valor da informação para o desenvolvimento social, econômico e cultural do país.

Por certo, as implicações das redes sociais no processo de ensino aprendizagem permitem a implementação da *information literacy*, habilidade de negociar as oportunidades e riscos no ambiente da Internet. Nessa perspectiva, as redes sociais podem ser usadas não só para o consumo de conteúdos existentes, mas para a criação de novos conteúdos, permitindo a visibilidade de talentos e experiências dos usuários, além de ajudar os estudantes a se apropriarem da cidadania no ambiente virtual.

Através da ferramenta social *Facebook* pode-se realizar diversas atividades de disseminação da informação. Miller (2007) afirma que essa plataforma pode ser utilizada para encontrar amigos com maior visibilidade, listar cursos, responder a tarefas, realizar convites seletivos, receber orientação e enviar e-mails.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Nesta pesquisa foi escolhido como método de pesquisa estudo de caso. Este método, de acordo com YIN (2005) e RICHARDSON (2009), é muito utilizado nas Ciências Sociais Aplicadas, pois permite a compreensão de uma situação particular e a interação com material empírico na coleta de informações. Dessa forma, essa pesquisa pode ser caracterizada em seu processo como pesquisa aplicada a um grupo profissionais da informação. No processo da pesquisa deste estudo os dados foram extraídos do ambiente empírico dos participantes: os bibliotecário(as).

Para Yin (2005), estudo de caso é uma investigação empírica, um método que abrange planejamento, técnicas de coleta de dados e análise dos mesmos [...] permite explorar situações nas quais há pouco ou nenhum controle dos eventos comportamentais; neste estudo de caso serão coletadas evidências com o uso de diversas fontes de informações, assim como o uso do questionário para analisar e interpretar os resultados.

Na interpretação dos dados do questionário foi utilizada a Análise de Conteúdo dos perfis (*fanpages*) e dos sites de redes sociais das bibliotecas do Ifba. O método de Análise do Conteúdo compreende conjunto de técnicas de análise das comunicações (BARDIN, 2011, p.7,) que tem o propósito de desmontar a estrutura e compreender os elementos do conteúdo das palavras e frases que compõem diferentes características, com o intuito de extrair a significação, além de proceder na tarefa do recorte da análise das palavras-chaves que estão próximas ao objeto da pesquisa e transformá-las em categorias. (LAVILLE; DIONNE, 2009, p.214-231.). A análise foi realizada com a captura das imagens das telas das ferramentas sociais através do uso da tecla *printscreen*.

3.2 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Quanto ao objetivo, a pesquisa é do tipo exploratório aplicada, em virtude do tema ter sido pouco estudado no IFBA. Quanto ao caráter da abordagem qualitativa para Ludke e André (1986) neste tipo de pesquisa tem-se o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. A análise dos dados é descritiva e a preocupação com o processo é maior do que com o produto.

Os pesquisadores não se preocupam em buscar evidências que comprovem hipóteses definidas antes do início dos estudos. As abstrações se formam ou se consolidam basicamente a partir da inspeção dos dados num processo de baixo para cima. (LUDKE; ANDRÉ p. 11-3).

Neste tipo de pesquisa em geral a análise dos dados seguiu um processo indutivo e utilizou-se de diversos “**argumentos de autoridades**”: “*utilizar o testemunho de uma pessoa, instituição ou obra para sustentar uma conclusão*” (LÓGICA-INDUÇÃO, 2006).

3.3 TIPO DE PESQUISA

Estudo de caso.

3.4 UNIDADE DE ANÁLISE

As Bibliotecas dos *campi* do Instituto Federal da Bahia que utilizam a ferramenta de rede social Facebook.

3.5 CORTE TEMPORAL

O recorte temporal desta dissertação enquadra-se no período de 2013 a 2014 no qual o cenário aponta para a criação e expansão dos novos Institutos Federais.

3.6 FONTE DE DADOS

Além da observação direta dos perfis (*fanpages*), para a coleta dos dados também foi aplicado questionário para os atores-chave - bibliotecários (as) de Camaçari, Eunapólis, Paulo Afonso, Porto Seguro, Santo Amaro, Vitória da Conquista, Valença e Salvador. Foram enviados email via lista de discussão, intranet (intraifba), Yahoo e Gmail.

As exceções da pesquisa foram dois campi: Barreiras e Dias D’Avila. O campus Barreiras respondeu que não utiliza rede social, embora tenha respondido ao questionário. Já o Núcleo Avançado da cidade Dias D’Avila utiliza, mas é ligado ao campus Camaçari.

3.7 TÉCNICAS DE TRATAMENTO DE DADOS

Foram utilizadas tanto qualitativas quanto quantitativas para tratamento dos dados do presente estudo de caso.

3.8 SUJEITOS DA PESQUISA

Os sujeitos para estudo desta pesquisa consistem nos atores-chave, bibliotecários(as) dos oito campi do IFBA que utilizam ferramentas de redes sociais: Porto Seguro, Eunapólis, Camaçari, Paulo Afonso, Vitória da Conquista, Santo Amaro, Valença e Salvador.

Os sujeitos da pesquisa estão diretamente envolvidos com os usuários que neste trabalho são conceituados como “amigos” e carecem de definição no ambiente virtual.

Neste contexto o conceito de amizade quanto o de amigo passam por mudanças profundas no ambiente virtual das redes sociais de troca e compartilhamento de informações. Para tanto, foi necessário procurar definir esta nova concepção de amizade. Azevedo (2010) procurou estudar os novos vínculos e a qualidade política da amizade mediada pela internet. Para ela “o amigo não é aquele que está ao lado, mas alguém com quem o estar junto se dá por meio de uma conversa, da troca de opiniões, experiências e concepções de pensamento”.

Para a finalidade desta investigação tomou-se conceito de “amigo” com o significado de todos aqueles usuários virtuais que trocam idéias e opiniões com o uso das ferramentas sociais nas bibliotecas do IFBA, e não somente os indivíduos matriculados ou servidores dos *campi*.

3.9 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Observa-se que no Instituto Federal da Bahia há um quantitativo de campi que ainda não possui bibliotecários. Nesse contexto, a presente investigação procurou limitar o estudo apenas às unidades de ensino que possuem esses profissionais e fazem uso das ferramentas de redes sociais.

3.10 MODELO DE ANÁLISE

Como forma de operacionalizar os conceitos do estudo optou-se por um Modelo de Análise na estrutura proposta por Quivye Campenhoudt (1998, p.259-253). Esse modelo é uma seqüência natural da problemática do trabalho para, de forma operacional, articular com marcos e pistas que serão utilizados para nortear a pesquisa, em sintonia com os objetivos e o problema da pesquisa.

Tomando como base o conceito de Ferramentas de Redes Sociais identificou-se que esse fenômeno possui proximidade de relação com duas dimensões que foram decompostas em: Disseminação da Informação e Disseminação Seletiva da Informação (figura 10).

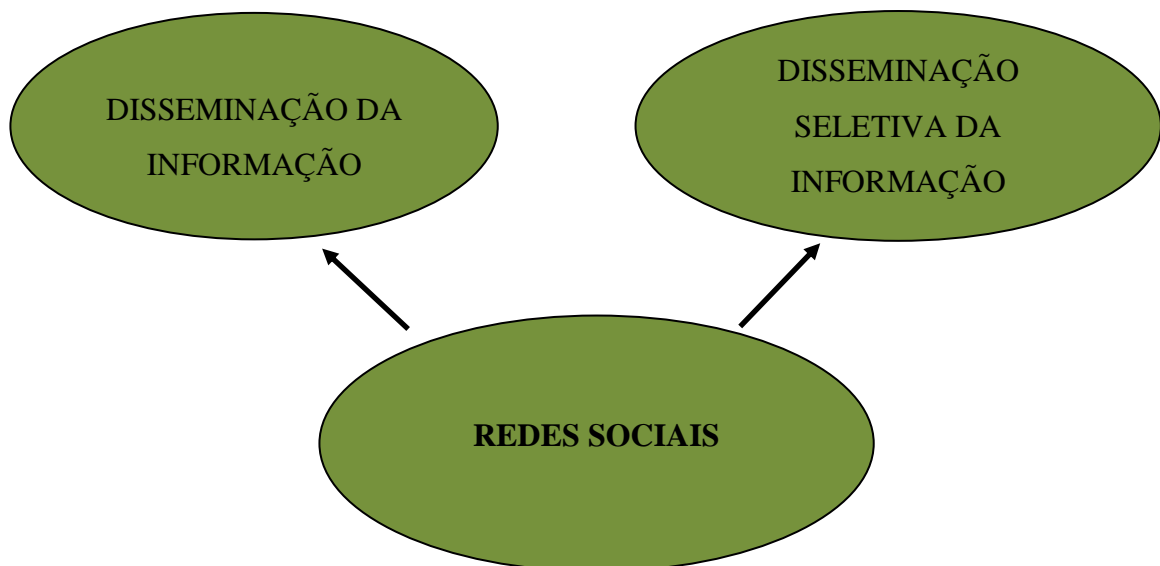


Figura 10- Modelo de Análise.

Fonte: Elaborado pelo autor

Os indicadores utilizados são percepções subjetivas, a princípio, da observação mensurável dos componentes do conceito e que serviram de base para as perguntas do questionário (figura 11).

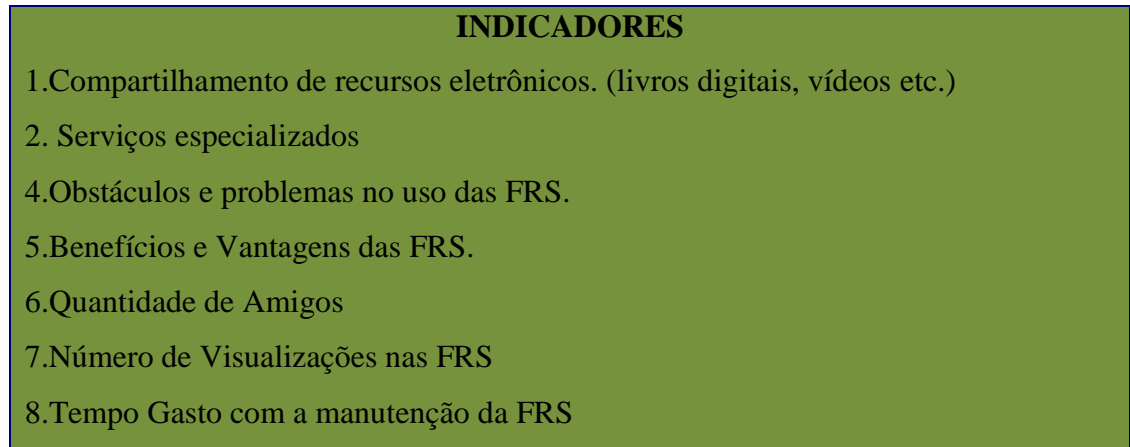


Figura 11- Indicadores do Modelo de Análise.
Fonte: Elaborado pelo autor

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 A REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

A Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica está presente em todo o Brasil e vive a maior expansão de sua história. Segundo o Ministério da Educação, de 1909 a 2002 foram construídas 140 escolas técnicas no país. Entre 2003 e 2010 foram entregues à população as 214 escolas previstas no plano de expansão da rede federal de educação profissional. (BRASIL. MEC,2014). Na Bahia até o momento há 16 campi em atividade, com diversos núcleos avançados.

Dados de 2010 apontam a existência de 366 unidades e mais de 400 mil vagas em todo o país. Com outras 208 novas escolas previstas para serem entregues até o final de 2014, serão 562 unidades que, em pleno funcionamento, gerarão 600 mil vagas. (BRASIL. MEC,2014).



Figura 12 - Cenário da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica 2002-2010

Fonte:

http://redefederal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=2.

Acesso em: 22 out.2013.

Na Bahia, essa rede de ensino foi instituída no ano de 1910, a partir da instalação da primeira Escola de Aprendizes Artífices, na cidade de Salvador, oferecendo cursos em oficinas de alfaiataria, encadernação, ferraria, marcenaria e sapataria, no governo do presidente Nilo Peçanha. A denominação foi mudada para Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA), através da Lei nº 11.892/2008, cuja efetivação resultou nas alterações promovidas no antigo Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia (Cefet-BA). (IFBA, [Homepage]). O IFBA conta com 16 campi e cinco núcleos avançados.

4.2 USO DO FACEBOOK NAS BIBLIOTECAS DE 08 CAMPI DO INSTITUTO FEDERAL DA BAHIA

Em levantamento realizado na Internet foram localizados oito (8) campi que utilizavam o *Facebook* no IFBA: Paulo Afonso, Salvador, Camaçari, Eunapólis, Porto Seguro, Vitória da Conquista, Santo Amaro e Valença.

Para mapear o quantitativo de “amigos” das ferramentas sociais foram necessários monitoramento, observação e levantamento de informações nas páginas dos campi do IFBA que utilizam as redes sociais, para definir as unidades de codificações ou registros a serem utilizados na análise do conteúdo presente na captura das páginas, *fanpages* e perfis. Foram localizados perfis pessoais (individuais ou páginas) e perfis organizacionais, a exemplo das *fanpages*.

O estudo de caso traçou os perfis pessoais e as *fanpages* (perfis organizacionais) dos 8 campi, a partir de coletas de dados realizadas entre 2013 e 2014. Identificou-se que alguns são coordenados por bibliotecários, outros não. Todavia, o que se notou nas entrevistas informais com os bibliotecários é que não havia critérios definidos para escolha de determinada rede social, nem de perfis pessoais ou organizacionais. A seguir são apresentados os perfis e *fanpages* encontradas.



Figura 13 - Página (perfil pessoal) do Facebook da Biblioteca IFBA Paulo Afonso, julho 2014.

Fonte: <https://www.Facebook.com/profile.php?id=100004610946432&fref=ts>

No estudo de caso do campus Salvador foi observado um crescimento surpreendente no quantitativo de “amigos” nas Ferramentas de Redes Sociais no IFBA, embora esse campus tenha iniciado a utilização da *fanpage*, em junho de 2013. Em julho de 2014 conforme se vê na figura 14 acima. Nota-se o aumento do registro curtidas (*likes*) para 764, com respectivamente 104 visitas.



Figura 14 –Fanpage (perfil organizacional) da Biblioteca do IFBA – Campus Salvador. Julho 2014.

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-do-IFBA-Campus-Salvador/692863250729350?ref=ts&fref=ts>

A *fanpage* do IFBA Camaçari em julho de 2014 contava com 231 likes (curtidas) foi observado que nessa página a divulgação de poesias, datas comemorativas (Dia do Bibliotecário), dica de livros para download: **Projeto Gutenberg**, **Biblioteca Digital Camões**, **Portal Domínio Público** e **Biblioteca Digital Mundial**, conforme se vê na figura 15.



Figura 15 -Fanpage da Biblioteca do IFBA – Campus Camaçari Julho 2014.

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-IFBA-Cama%C3%A7ari/353707638093971?fref=ts>



Figura 16 - Página da Biblioteca do IFBA – Campus Eunápolis .10 julho 2014

Fonte: <https://www.facebook.com/bibliotecado.campuseunapolis?fref=ts>

A página do campus Eunápolis apresentou estagnação devido a desativação do perfil, conforme relato da bibliotecária daquela unidade, ver figura 16.



Figura 17 - Página do Facebook da Biblioteca do IFBA – Campus Vitória da Conquista -10 julho 2014.

Fonte: <https://www.facebook.com/biblioconquista?fref=ts>

O campus de Vitória da Conquista representou o maior quantitativo de usuários em novembro de 2013, 1034 “amigos”. Atualmente, 10 julho de 2014 conta com 1363 amigos.

No mapeamento dessa página foi localizado no mural (*wall*) apresentação de vídeos com resenhas de livros por leitores, imagens incentivando o uso da biblioteca, lembrete para devolução de livros. Sugestão para leitura de livros.

O horário de funcionamento da biblioteca, novas aquisições, doações recebidas e período de renovação de matrícula também foram localizadas na página da biblioteca de Vitória da Conquista.

A biblioteca do IFBA Santo Amaro contava com 571 *likes* ou curtidas em 10 julho de 2014.



Figura 18 -Página da Biblioteca do IFBA – Campus Santo Amaro.

Fonte: <https://www.facebook.com/bibliosamaro?fref=ts>

O incentivo a leitura e ao uso das coleções foi identificado nesta *fanpage*, com o tópico “**Dicas de Leitura**”. O número de curtidas (*likes*) também chamou a atenção, 571, para julho de 2014. Em comparação com outubro de 2013, que tinha um total de 282 curtidas.

4.3 PRINCIPAIS USOS DO *FACEBOOK* NAS BIBLIOTECAS DO IFBA

As redes sociais ou web social podem ser utilizadas de diversas formas para alavancar o relacionamento com as organizações, permitindo maior visibilidade, interação e localização de novos usuários e avisos com a utilização das FRSs.

O *Facebook* da biblioteca do IFBA campus Porto Seguro, presta o serviço de avisar aos discentes (usuários) sobre a data para devolução de livros.



Figura 19 - Facebook da biblioteca do IFBA campus Porto Seguro
Fonte: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100003519283967>

Além disso, o fácil acesso integrado aos sistemas de devolução e recados também podem permitir que “os amigos” das bibliotecas cada vez mais utilizem diversos aplicativos ou lojas de aplicativos que possam emitir diversos serviços de alertas: empréstimo, devolução, slides -Appstore, Skoob, Slideshare- esses “apps” (aplicativos) inclusive podem ser conectados com acesso automático ao *Facebook*.

Biblioteca - IFBA Camaçari

7 de março

Pessoal, olha que super dica para quem gosta de ler! 4 sites onde você pode baixar gratuitamente milhares de livros!

PROJETO GUTENBERG: <http://www.gutenberg.org/>

BIBLIOTECA DIGITAL CAMÕES: <http://cvc.instituto-camoes.pt/conhecer/biblioteca...> Ver mais

4 sites para baixar livros de graça!

PROJETO GUTENBERG:
Mais de 38mil títulos em várias línguas

BIBLIOTECA DIGITAL CAMÕES:
Diversas obras em português, dos mais variados gêneros

PORTAL DOMÍNIO PÚBLICO:
Site do Governo, que disponibiliza várias obras nacionais

BIBLIOTECA DIGITAL MUNDIAL:
Site da Unesco, possui milhares de livros, documentos e manuscritos de diversas bibliotecas do mundo todo

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Mais · Facebook © 2014

Biblioteca - IFBA Camaçari compartilhou uma foto de Biblioteca Pública do Estado da Bahia.
14 de fevereiro

"Gente que tenta descobrir qual é o livro que a outra pessoa está lendo."
(Indiretas Literárias)

1 Bate-papo - (76)

Figura 20 -Fanpage da Biblioteca IFBA Camaçari.

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-Camaçari/167231190059041?fref=ts>. Acesso em 12 jul. 2014.

O uso das *fanpages* tem a vantagem de potencializar o contato direto com os usuários que mais interagem com a marca. A utilização de vídeos, eventos, fotos, *reviews* e discussões foram localizadas na *fanpage* da Biblioteca do Campus Camaçari.

Biblioteca IFBA Paulo Afonso

7 de julho

DICA DE FILME: A Procura da Felicidade

Sinopse: O personagem central é Chris Gardner, um homem de família lutando para sobreviver. Apesar de todas as tentativas para manter a família unida, a mãe de seu filho de cinco anos, Christine, está constantemente sob uma forte pressão financeira. Sem condições de suportar a situação, ela rotineiramente decide partir. Chris, agora um pai solteiro, continua a perseguir desesperadamente um emprego com melhor remuneração. Ele ingressa como estagiário numa grande importante corretora de ações, e apesar de não haver salário, ele aceita, na esperança de no final do programa conseguir um emprego e um futuro promissor. Sem apoio financeiro, Chris e seu filho são despejados de seu apartamento e logo são forçados a dormir em abrigos, estações de ônibus, banheiros e onde quer que possam achar refúgio durante a noite. Apesar dos problemas, Chris continua a honrar seu compromisso com um pai amoroso e dedicado, usando a afecção e a confiança que seu filho depositou nele para superar os obstáculos que encontra.

Assista ao trailer aqui: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-54008/trailer-107139440/>

WILL SMITH
A PROCURA DA FELICIDADE

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Mais · Facebook © 2014

1 Bate-papo (Desativado)

Figura 21- Página do Facebook da Biblioteca do IFBA Paulo Afonso

Fonte: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100004610946432&fref=ts>

As redes sociais permitem, também, o aumento da frequência de utilização da biblioteca, bem como, o empréstimo, download de música, tirinhas, livros eletrônicos (e-readers) e dicas de filmes, temos o exemplo da Biblioteca do IFBA Paulo Afonso, que fez a divulgação do filme “À procura da felicidade” de Will Smith (figura 21).



Figura 22 - Perfil da Biblioteca do IFBA -Campus Porto Seguro

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-IFBA-Porto-Seguro/167231190059041?fref=ts>. Acesso em 12 julho de 2014.

Acima o perfil da Biblioteca do Campus Porto Seguro que conta com 16 *likes* (curtidas) em virtude de modificações de página comum individual (perfil) para “página organizacional de “fãs” Fanpage. O mesmo aconteceu com o perfil (página comum) da Biblioteca do IFBA, campus Camaçari.

Na página da Biblioteca do IFBA - Campus Valença observou que os responsáveis pela página realizaram as seguintes atividades: divulgação da aquisição de livro para o ano de 2014, do horário de expediente, data comemorativas e de comunicados oficiais.



Figura 23 – Página da Biblioteca do IFBA -Campus Valença

Fonte: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100005613314318&fref=nf>

4.4 USO DO *FACEBOOK* PARA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES NAS BIBLIOTECAS DO IFBA

Os principais resultados alcançados a partir do objetivo proposto de forma sumariados tomando como parâmetro o referencial teórico e a revisão da literatura As falas expressas nos discursos dos bibliotecários (as) foram levadas em consideração na análise dos resultados. A utilização do questionário foi fundamental para chegar aos principais achados e para abrir a discussão e propor recomendações. O *GoogleDocs* foi enviado para todos os campi da amostra. Todavia, o retorno foi baixo, somente 4 bibliotecários responderam aos questionários via *GoogleDocs*. Outros responderam via lista de discussão (intraifba). A vantagem do formulário *GoogleDocs*, esse automaticamente ligado ao *GoogleAnalytics* que gera dados estatísticos e de geo posicionamento das respostas enviadas aos usuários.

- Os bibliotecários (as) dos campi Salvador (5), Santo Amaro (1), Paulo Afonso (1), Camaçari (1), Vitória da Conquista (2), Porto Seguro (2) e Valença (1) responderam

ao questionário, total de 13 servidores, embora nem todos tenham respondido as questões. Alguns enviaram via email, outros responderam ao link.

- O total dos consultados afirmou que utilizam a Ferramenta de Rede Social *Facebook*.
- O principal uso do *Facebook* é divulgar informações e conteúdos e em seguida por interação profissional.
- 60% dos consultados via Google Docs (4 bibliotecários), informaram que costumam postar informações nas redes sociais diariamente, enquanto 20% semanalmente.
- A maior parte dos bibliotecários começaram a utilizar o *Facebook* entre 6 meses a 1 ano.
- As principais barreiras e obstáculos enfrentadas na implementação das redes sociais foram de ordem política, estrutural e de lógica de redes.
- Na categoria de profissional responsável pelo uso das ferramentas sociais preponderou a figura do técnico administrativo.
- 75% dos consultados informaram que não há política de informação para o uso oficial das redes sociais
- A totalidade dos respondentes informou não ter participado de capacitação e qualificação em redes sociais na Instituição.
- Quase todos os bibliotecários informam ter utilizado a rede social como canal de comunicação instantânea e com objetivos profissionais.
- Os comentários postados, curtidos e compartilhados em sua grande maioria são monitorados e acompanhados.

- O tempo gasto na navegação nas páginas da rede social costuma ficar entre 5 e 10 minutos.
- Quase todos os respondentes concordam que estão satisfeito com o uso das ferramentas sociais.
- Segundo os respondentes entre os tipos de informação que mais se disseminam nas redes sociais foram apontados: notícias, eventos, livros, fotos e aplicativos.
- A maioria respondeu que a percepção com o grau de satisfação no uso das FRSs por parte da comunidade (estudantes, técnicos, docentes, etc) é alto.
- Dentre os critérios mais relevantes na publicação e disseminação de informações nas redes sociais destacou-se em primeiro lugar o marketing informacional seguido pela relevância da informação.
- Com relação ao local e forma de acesso os respondentes afirmam terem usado Internet em casa, lanhouse, smartphone e 1 usuário afirmou não acessar.
- Com relação a frequência do uso da Internet a maioria informou que usam diariamente.

Observa-se que o limite das abordagens e dos indicadores flui entre o campo teórico da biblioteconomia e da gestão da informação em redes sociais. Esta nova modelagem parte da quebra do paradigma das novas tecnologias. A relação da causa encontra-se inserida em dois fenômenos complementares no campo da Disseminação da Informação e da Disseminação Seletiva da Informação que são componentes de um Sistema Complexo de Informação.

O indicador de *compartilhamento de recursos eletrônicos* é o exemplo mais simples de disseminação de recursos em forma bruta: troca de mensagens; grupo de discussão. A relação do compartilhamento bruto apresenta diversos obstáculos quando confronta-se com a dimensão da seletividade de informação (DSI), esta última depende muito do administrador

da informação (*stakeholders*) e do perfil dos usuários e seus interesses. A informação relevante precisa ser canalizada de acordo com a necessidade específica de cada usuário.

Todavia, o que se nota nas páginas dos sites de redes sociais em estudo é que há certa ausência de levantamento de perfis, bem como, um “*gap*” no confronto de base de dados de perfis de usuários interno e externo da organização.

Destacou-se nesta investigação, sobretudo, indícios que apontam para a ausência de Política de Informação e não uso oficial das redes sociais, no que se refere às FRSs das bibliotecas, bem como a falta de cursos de qualificação e capacitação dos bibliotecários (as) sobre o tema ferramenta de redes sociais.

A segmentação para identificar o público-alvo se deu com os seguintes indicadores: alunos, docentes, técnicos-administrativos, comunidade externa e bolsista. Nota-se a partir dos dados colhidos que os alunos se destacam no perfil de usuário (perfis de interesse). Embora nesse estudo haja uma lacuna por não ter sido dividido o perfil dos acadêmicos: graduandos, especialistas mestres e doutores. Portanto, a ideia é identificar de forma geral o público-alvo.

Ademais, pretende-se com estudos posteriores contribuir com o aumento do escopo, bem como expandir a pesquisa a todos os Institutos Federais do Brasil, quiçá estudos de doutorado poderão ser utilizados.

Para Lancaster (2004) precisão é a capacidade de evitar documentos inúteis na recuperação pelo sistema; a revocação é determinada quando o resultado de uma pesquisa é submetido à seleção, pelo usuário, dos registros pertinentes à sua solicitação. É notório afirmar que os bibliotecários são os atores protagonistas na conexão com informação. São os responsáveis em poupar o tempo do usuário e entregar a informação com precisão e baixa revocação.

Logo, o ideal é que os assuntos indexados ou *tags* (*marcações*) nas redes sociais devem ser indexados da forma mais específica - oposto a exaustividade¹³ - para facilitar o processo de uso e recuperação da informação pelo usuário. Para isso, deverá ser levada em consideração o princípio da especificidade que para Lancaster (2004, p.34) é o princípio que,

¹³**Exaustividade:** O princípio de **especificidade e exaustividade** propicia aquilo que Lancaster (2004) chama de **decoerência** e **qualidade** da indexação, e que Gil Leiva (2008) chama de **consistência** da indexação. Essa preocupação com uma indexação precisa e pertinente se deve ao fato de que um sistema de informação deve sempre ser organizado com vistas à recuperação eficiente da informação. A indexação pode ser realizada em linguagem natural, ou seja, sem adotar uma linguagem documentária. Neste caso, denomina-se de indexação livre. (ROBREDO, BRASCHER, 2010)

isoladamente, é o mais importante da indexação de assuntos, é aquele segundo o qual o tópico deve ser indexado sob o termo mais específico que o abranja completamente.

Enfim, cabe aos administradores da informação utilizar frequentemente a Disseminação Seletiva como “um serviço dentro de uma organização que se refere à canalização de novos itens de informação, para aqueles pontos onde a probabilidade de utilização, em conexão com o interesse corrente do usuário, seja alta”. (LUHN, 1961, p.132).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo de caso notou-se que são diversas as formas utilizadas pelos bibliotecários(as) para acesso e disseminação das informações nas redes sociais virtuais. A maior parte dos inquiridos confirma o uso contínuo dessas ferramentas fora do ambiente de trabalho, embora de forma não institucional.

Constata-se também que o número de visualizações, “curtidas” e comentários, bem como, o tempo gasto com a manutenção e navegação nas FRSs não superou as expectativas. Os dados apresentados no questionário, em grande parte, apresentam o tempo de uso com manutenção e navegação nas páginas redes sociais inferiores a trinta (30) minutos.

Além disso, apresentam uma grande distorção, quando se refere a um baixo número de comentários, menos de vinte (20) por postagem, segundo afirmam alguns bibliotecários.

Constatou-se que a rede social mais utilizada pelos bibliotecários (as) é o Facebook. Contudo, evidências apontam para o uso de outras ferramentas de web social: *Whatsapp*, *Google+*, *Twitter* e *Youtube* e *AskFM*. No entanto, essas outras ferramentas sociais não foram aprofundadas junto ao presente objeto de investigação.

As redes sociais observadas realizam de forma indireta serviços de disseminação da informação ao notificar os usuários “amigos” sobre documentos de interesse público e promove a interação entre aluno e biblioteca.

Com relação à seletividade de compartilhamento de conteúdos há uma ausência de elaboração de perfis de interesse¹⁴ nas páginas das redes sociais do IFBA. Esses perfis servem para antecipar as necessidades dos usuários, com relação a determinadas buscas específicas.

Muitas bibliotecas virtuais utilizam o Facebook para divulgação de eventos (saraus, leituras, recitais de poesias, encontros etc), permitindo convidar uma grande quantidade de usuários com a utilização de aplicativos a exemplo do “*Invite all friends*”. Um aplicativo inovador que aproxima o usuário do serviço de informação. Entretanto, nesse estudo de caso, a primeira vista, não foi localizado e nem observado nenhum tipo de evento coletivo organizado nos perfis do *Facebook* das Bibliotecas do IFBA. Cabe salientar que o mesmo permitiria uma maior interação com o público dessa comunidade.

¹⁴Pefil: Neste trabalho utilizou-se o conceito de perfil com dois significados, um relacionados as páginas (*fanpages*, *sites*) e no sentido da disseminação seletiva da informação, relacionada ao perfil do usuário (perfis de interesse).

Evidências apontam para filtragens e compartilhamento de informações com a utilização do computador acerca das aquisições de novos materiais bibliográficos. As obras mais divulgadas fazem parte da literatura nacional. Deste modo, configura-se que alguns bibliotecários estão preocupados com o processo de seleção, análise e coletas das informações. Todavia, são raros os casos de elaboração de perfil de usuário.

A figura do agente responsável pela exploração da rede social não foi identificada formalmente. Os responsáveis pela alimentação das páginas informaram que não há nada oficial e nem regulamentado pela gestão da administração. Também, em contato com a Secretaria do Instituto, não foi identificada nenhuma relação com a Gerência de Registros Acadêmicos (GRA) para sugerir ou indicar o acesso de novos alunos as respectivas páginas ou perfil do campus. A maioria dos outros servidores técnico-administrativos quase nada sabe sobre o uso da rede social na Instituição, conforme relatos informais, fornecidos por alguns bibliotecários.

Uma sugestão para melhorar esta situação é envolver um maior número de funcionários para disponibilizar o perfil do Facebook e divulgar os principais conteúdos para o maior número de usuários possíveis. O Facebook ainda permite a segmentação por grupos. Os campi podem segmentar por categorias: professor, ano, semestre curso e disciplina.

De modo geral, as informações relevantes disseminadas nas páginas das bibliotecas das redes sociais do IFBA, analisada à luz da biblioteconomia e da indexação são canalizadas de forma exaustiva, com grande quantidade de termos na descrição do assunto do documento, e não de forma precisa ou específica, o que gera alta revocação e baixa precisão.

Não há segmentação ou estudo prévio dos usuários ("amigos") haja vista a necessidade de conhecer mais de perto a necessidade de informação de cada usuário e seu perfil ou cadastro de palavras-chave, permitindo auxiliar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão com a utilização as redes sociais de forma eficiente e eficaz na recuperação da informação relevante e precisa.

Neste íterim é importante que os bibliotecários (as) reconheçam a implementação de uma política de indexação voltada para a taxonomia e *folksonomia* (tags) nas redes sociais, em especial na capacidade de precisão da informação compartilhada, ou seja, a informação atinja o público alvo do sistema de busca. Nesses casos, um perfil mais voltado para alunos dos cursos técnicos e universitários, haja vista a heterogeneidade dos discentes do IFBA.

Ademais, observou-se que esses instrumentos utilizados (FRSs) são mais voltados para um marketing institucional nos critérios de publicação, o que desvirtua a finalidade da Disseminação da Informação, em si.

Foi confirmada - a partir da aplicação do questionário - que a implementação e o uso das Ferramentas de Redes Sociais (FRSs) nas bibliotecas do IFBA apresentam barreiras e obstáculos principalmente de ordem política, estrutural e de lógica de redes.

Constatou-se que fatores humanos interferem de fato na mediação e compartilhamento das informações, embora a tecnologia por si só não é capaz de solucionar os entraves e obstáculos inerentes ao processo de comunicação.

Por outro lado, observou-se um fator positivo: os campi incentivaram o uso das FRSs. Logo, parte do pressuposto que afirmava o “pouco incentivo ao uso das redes sociais virtuais”, não foi confirmada pela maior parte dos bibliotecários (as). Pelo contrário, a Instituição apóia o uso destas ferramentas. Além disso, destacou-se entre os principais benefícios e vantagens prática: “educação, disseminação da informação e interação”.

Com relação ao quantitativo de usuários das páginas de redes sociais aqui estudadas destacavam-se no ano de 2013, pela ordem, quatro campi: Vitória da Conquista com 996 “amigos”, Eunapólis com 891, Porto Seguro com 841 e Paulo Afonso com 376.

Nas primeiras duas tabelas que seguem podemos verificar o crescimento tímido do uso das redes sociais. O exemplo do *Facebook* do campus Camaçari neste período, outubro a novembro, apresentou um crescimento de “114” curtidas para “157” em novembro de 2013. Já o *Facebook* do Campus Santo Amaro apresentou um maior crescimento em sua *fanpage* de “282” para “319”.

OUTUBRO DE 2013

Quantitativo	Campus	Ferramenta de Rede Social (FRS)	Amigos	Curtidas
01	Salvador	Facebook (Fanpage)	-	111
02	Camaçari	Facebook (Fanpage)	-	114
03	Porto Seguro	Facebook	841	
04	Eunapólis	Facebook	891	
05	Paulo Afonso	Facebook	376	
06	Vitória da Conquista	Facebook	996	
07	Santo Amaro	Facebook (Fanpage)	-	282
08	Valença	Facebook	225	

Quadro 03- Quantidade de usuário das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA(07 outubro 2013).

Fonte: Elaborado pelo autor.

NOVEMBRO DE 2013

Quantitativo	Campus	Ferramentas de Rede Social	Amigos	Curtidas
01	Salvador	Facebook (Fanpage)	-	165
02	Camaçari	Facebook (Fanpage)	-	157
03	Porto Seguro	Facebook	877	
04	Eunapólis	Facebook	891	
05	Paulo Afonso	Facebook	399	
06	Vitória da Conquista	Facebook	1034	
07	Santo Amaro	Facebook (Fanpage)	-	319
08	Valença	Facebook	235	

Quadro 04- Quantidade de usuários das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA. (12 novembro 2013).

Fonte: Elaborado pelo autor.

Em julho de 2014 foi realizado um novo levantamento que serviu para comparar o crescimento de usuários nas paginas e perfis do Facebook nas bibliotecas do IFBA. Os dados demonstram que Vitória da Conquista e Porto Seguro lideram com um quantitativo de “1367 e 1026” usuários respectivamente. A página do Campus Eunapólis aumentou muito pouco quantidade de usuário de “891” em 2013 para “944” em julho de 2014. O Facebook da biblioteca do campus Vitória da Conquista teve um aumento significativo. Em outubro 2013 tinha “996” amigos atualmente, julho de 2014, conta com “1367”

JULHO 2014

Quantitativo	Campus	Ferramentas de Rede Social	Amigos	Curtidas
01	Salvador	Facebook (Fanpage)	-	780
02	Camaçari	Facebook (Fanpage)	-	233
03	Porto Seguro	Facebook	1026	17
04	Eunapólis	Facebook	944	
05	Paulo Afonso	Facebook	421	
06	Vitória da Conquista	Facebook	1367	
07	Santo Amaro	Facebook (Fanpage)	-	571
08	Valença	Facebook	272	

Quadro 04- Quantidade de usuários das ferramentas de redes sociais nas Bibliotecas dos campi do IFBA. (12 julho 2014).

Fonte: Elaborado pelo autor.

É importante destacar que diversas limitações foram encontradas neste estudo de caso por conta da dificuldade do fenômeno tecnológico ser pouco estudado no Instituto Federal da Bahia e pelo fato da logística para visitar as unidades e servidores (as) *in loco*. A categoria que mais utilizou as FRSs de redes sociais ficou limitada aos servidores técnico-administrativos, dos campi (bibliotecários).

Portanto, foi observado em conversas com os bibliotecários (as) que a implementação de políticas e diretrizes para uso de redes sociais fica comprometida a partir do momento que estas decisões dependem da esfera superior, às vezes burocrática pelo modelo de administração do serviço público brasileiro ou até mesmo pelas relações de poder veladas no seio da Instituição.

De acordo com observações diretas nas páginas (perfis) e *fanpages* notou-se que a formação de usuário também não foi levada em consideração. Houve pouca preocupação por parte dos profissionais que administram as redes sociais com a formação de guias de uso, tutoriais, vídeos dentre outros mecanismo que possam auxiliar no processo de recuperação e disseminação da informação, tanto seletiva, quanto exaustiva. Não foi localizada publicação de vídeos descrevendo ou divulgando as unidades de informação (bibliotecas).

De certo modo, a premissa apresentada na inicial do trabalho pode ser assegurada, com ressalvas. A necessidade do diálogo entre usuários do sistema é fundamental para cristalizar laços fortes de rede social e a extrema necessidade de implantação de uma Política de Informação de redes sociais nos campi do IFBA.

No dizer de Bernadino et.al. (2014) “não podemos negar o alcance do Facebook na circulação da informação entre os usuários de qualquer idade, classe social, cultura etc. Ao reconhecer a penetrabilidade do *Facebook* como canal de comunicação, as bibliotecas universitárias estão também, reconhecendo que devem adequar-se aos costumes vigentes no que diz respeito ao uso e o fluxo da informação”.

Com relação às limitações o estudo não se aprofundou no estudo da informação estratégica na tomada de decisão, considerando a rede social como um importante aliado no processo decisório da organização e seu ambiente cultural. A análise do conhecimento tácito e explícito nas redes sociais, bem como os laços fortes e fracos não foram abrangidos por motivos operacionais. Sugere-se que estudos posteriores possam contemplar estes conceitos.

Espera-se, portanto, que esse trabalho sirva como continuidade para futuras investigações em outras bibliotecas dos Institutos Federais do Brasil, e que seja propiciado nas redes sociais um espaço agradável e interativo de aprendizagem, levando em consideração o desafio e as diversas dificuldades na gênese deste tipo de investigação.

Logo, mais uma vez, ressalta-se a importância da continuidade desta pesquisa em virtude do fenômeno tecnológico das redes sociais estarem em constante evolução e seus atores precisam cada vez mais adquirir “*expertise*” despertando a busca pela inovação tecnocientífica.

REFERÊNCIAS

ADLER, P.; KWON, S. Social capital: Prospects for a new concept. **Academy of Management Review**, n.1, p.17–40, 2002. Disponível em: <http://www.csee.wvu.edu/~xinl/library/papers/social/social_capital.pdf>. Acesso em 27 set. 2012.

AFP. **Facebook, estrela do Congresso Mundial de Telefonia Móvel de Barcelona**. Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/facebook-estrela-congresso-mundial-telefonia-m%C3%B3vel-barcelona-195141906--finance.html>. Acesso em: 22 jun. 2014.

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias**: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP E USP. 2012. 184 f. Dissertação. (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes (ECA), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2012.

_____. Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. **As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, orkut, myspace e ning**. Trabalho apresentado aos 16. Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias; 2, Seminário Internacional de Bibliotecas Digitais, Rio de Janeiro, 2010.

_____. Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. **Geração Y e as ferramentas de redes sociais: novas perspectivas para as bibliotecas universitárias**. Trabalho apresentado aos 25. Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação e Ciência da Informação (CBBDD), Florianópolis, Santa Catarina, 2013.

_____. Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. **A adoção das redes sociais da internet pelas bibliotecas universitárias da Argentina, Brasil, Espanha e Estados Unidos**: um estudo exploratório. In Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação [online], 24, Maceió, AL, 2011. São Paulo, SP : FEBAB, 2011. [acesso 2013-08-26]. Disponível em <<http://febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/paper/view/479/512>>

_____. **Análise do uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras**. Disponível em: <http://www.crb8.org.br/UserFiles/File/Artigo_An%C3%A1lise%20do%20uso%20das%20ferramentas%20de%20redes%20sociais%20em%20bibliotecas%20universit%C3%A1rias%20brasileiras.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2014.

AYOU, A. RIza; ABRIZAH, Abdullah. Do you *Facebook*? Usage and applications of *Facebook* pages among academics libraries in Malaysia. **The International Information &**

Library Review, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 22 jan. 2013.

ARIF, Muhammad; MAHMOOD, Khalid. The changing role of librarians in the digital world: adoption of Web 2.0 technologies by Pakistani librarians. **The Electronic Library**, v. 30, n.4, p.469-479, 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 22 nov. 2012.

ARAGÃO, Marianna. Brasileiro gasta 8 horas por mês no Facebook e supera média global. **Folha de São Paulo**. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1153943-brasileiro-gasta-8-horas-por-mes-no-facebook-e-supera-media-global.shtml>> Acesso em: 22 out. 2013.

AZEVEDO, Livia Godinho Nery Gomes. **Implicações políticas das relações de amizade mediadas pela internet**. 2010. 264 p. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Área de Concentração: Psicologia Social. Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde.../tese_Azevedo.pdf>. Acesso em: 07 set. 2013.

BERNADINO, Maria C. Rodrigues; SUAIDEN, Emir José; CUEVAS-CERVERÓ, Aurora. O uso do Facebook nas bibliotecas públicas do Ceará. **InCID: R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 1, p. 112-123, mar./ago. 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/viewFile/64334/pdf_20>. Acesso em: 23 jul. 2014.

BARABÁSI, Albert-László; NEWMAN, Marck; WATTS, J. Duncan. **The Structure and Dynamics of Networks**. 2006. p.106. Capítulo 1. Disponível em: <<http://press.princeton.edu/chapters/s8114.html>> . Acesso em: 22 jun. 2013.

BARBOSA, G.C. **Rede social de um grupo de portadores de esquizofrenia seguidos em um serviço de saúde mental na comunidade**. 2010. 67 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo (USP), Ribeirão Preto, 2010.

BARRETO, Aldo. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, v.8, n.4 out./dez. 1994. Disponível em: <<http://aldoibct.bighost.com.br/quest/quest2.pdf>> Acesso em: 26 fev. 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise do Conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 6 ed. 2011 p.7

BARTHES, R. **S/Z**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

BATTELLE, J., **The Search**: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture: New York: Penguin Group 2005. p.67.

BAX, M. P.; ALVARENGA, Lídia; PARREIRAS, Fernando Silva; BRANDÃO, Wladimir Cardoso. **Sistema automático de disseminação seletiva de informação**. In: IFLA MANAGEMENT AND MARKETING, 2004, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <http://www.fernando.parreiras.nom.br/publicacoes/dsi_ifla.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2013> Acesso em: 11 nov.2013.

BREEDINGS, Marshall. Librarians Face Online Social Networks. **Computers in Libraries**. v. 27 n.8 p.30. 2007 Disponível em:<<http://www.periodicos.capes.gov.br/>> Acesso em: 28 fev.2013.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC). Expansão da Rede Federal. Disponível em: <<http://redefederal.mec.gov.br/expansao-da-rede-federal>>. Acesso em: 22 jan. 2014.
BOYD, D.M.; ELISSON, N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer - Mediated Communication**, v.13, n.1. Disponível em:<<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 22 nov 2012.

BRASIL. CONSELHO DE DEFESA NACIONAL. **Portaria nº 38, de 11 de junho de 2012**. Homologa a norma complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR. Disponível em: <<http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?data=21/06/2012&jornal=1&pagina=3&totalArquivos=68>>. Acesso em: 16 set. 2012.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). **Manual de orientação para atuação em redes sociais**. 2012. Disponível em:<<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/publicacoes/manuais-e-marcas/manual-de-redes-sociais>> Acesso em:16 nov.2013.

CARVALHO, Kátia de. Disseminação da informação e informação de inteligência organizacional. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, jun. 2001. Disponível em

CAROLINS, Nanachara. Redes sociais e comunicação organizacional: o caso do Instituto Federal Catarinense. **Revista Temática**. Ano IX, n.03 mar.2013. Disponível em:<http://www.insite.pro.br/2013/Janeiro/redessociais_comunicacao_organizacional.pdf>. Acesso em 23 nov. 2013.

CAROLINS, Nanachara. **Sites de redes sociais e comunicação organizacional**: o caso do Instituto Federal Catarinense. 2013. 134 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba (PR), 2013. Disponível em: <http://tede.utp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=502>. Acesso em: 13 nov.2013.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. 8º ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.p. 566. p.99.

CHEN, Dora Yun-Ting; CHU, Samuel Kai-Wah; XU, Shu-Qin. **How Do Libraries Use Social Networking Sites to Interact with Users**. ASIST 2012. Disponível em: <<https://www.asis.org/asist2012/proceedings/Submissions/85.pdf>>. Acesso em: 18 nov.2013.

COUTO, Edvaldo Souza; Rocha, Telma Brito.(orgs.) **A vida no Orkut**: narrativas e aprendizagens nas redes sociais. 2010.

COLE, Robert. **Web 2.0 & 3: impact on hospitality technology**. Disponível em: <<http://rockcheetah.com/blog/technology/web-2-0-3-0-impact-on-hospitality-technology-hftphitec/>> . Acesso em: 12 jul. 2014.

COMM, Joel. **O poder do Twitter**: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. Trad. Leonardo Abramowicz. São Paulo. Editora Gente, 2009.

COMSCORE. **A comSCORE lança o relatório “2013 Brazil Digital Future in Focus”**. Disponível em: <http://www.comscore.com/por/Insights/Events_and_Webinars/Webinar/2013/2013_Brazil_Digital_Future_in_Focus>. Acesso em: 11 jun. 2013.

EIRÃO, Thiago Gomes. Disseminação seletiva da informação: uma abordagem. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 7, n. 1, p. 20-29, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/412>> Acesso em: 09 jan 2015.

ENGELS, Paulo Martins. **Representações de conhecimento, redes semânticas, frames**. Disponível em: <http://www.inf.ufrgs.br/~alvares/INF01048IA/redes_semanticas.pdf>. Acesso em: 10 jan.2015

EXPANSÃO DA REDE FEDERAL de Educação Profissional e Tecnológica.(2009©) Disponível em:

<http://redefederal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=2>. Acesso em 22 out. abr. 2013.

FARIA, S.; OLIVEIRA, V. F.; FORNER, L. Competências do profissional da informação: uma reflexão a partir da Classificação Brasileira de Ocupações. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 34, n. 2, p. 26-33, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28552.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2014.
FACEBOOK. Available at: <<http://www.facebook.com/>>.

FIGUEIREDO, Nice M. O processo de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 8, n. 2, p. 119-138, 1979.p.136.

_____. Nice Menezes de. **Metodologias para a promoção do uso da informação**: técnicas aplicadas particularmente em bibliotecas universitárias e especializadas. São Paulo: Nobel, 1991 p. 30-50

FACEBOOK. In: **Encyclopædia Britannica**[s.l.:s.n.], [199?]. Disponível em:<<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1366111/Facebook>>. Acesso em: 22 out. 2013.

FOSKETT, D. J. **Serviço de informação em bibliotecas**. São Paulo, Polígono, 1969.

FOLKSONOMIA. (2014) In: **Wikipedia**.: a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.Wikipedia.org/wiki/Folksonomia>> Acesso em: 12 jul.2014.

GOOGLE+. (2014) In: **Wikipedia**: a enciclopédia livre encyclopedia livre. Disponível em: <<http://pt.Wikipedia.org/wiki/Google%2B>>. Acesso em: 23 nov. 2013

GROSSMAN, Lev. Marc Zuckerberg: Person of the year 2010. **TIME**. Disponível em:<http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_2037183_2037185,00.html>. Acesso em: 03 jul. 2013.

GRGIC, Ivana Hebrang. Facebook: meeting the needs of young library users. **New Library World (NLW) v.114, n.9-10, 2013.p.416-427**. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17097632>. Acesso em: 22 jun. 2014.

GIL LEIVA, I. Evaluación de la indización. In: GIL LEIVA, I. **Manual de indización**: teoría y práctica. Gijón, Espanha: Trea, 2008, p. 385-397.(Biblioteconomía y Administración Cultural, 193).

GLEASON, Benjamin. #Occupy Wall Street Exploring Informal Learning About a Social Movement on Twitter. *American Behavioral Scientist* July 2013 v. 57 n. 7 966-982. Disponível em: <<http://abs.sagepub.com/content/57/7/966.full.pdf+html>>. Acesso em: 30 jul. 2013.

GOAL, MadansingDhondiram; KALBANDE, Mr. Data T.; Lis SONWANE. Shashank.LIS Professionals and role of Facebook: social networking sites in awareness. **Brazilian Journal of Information Science**, 2012. v. 6 n.1 p.85-100

GUINCHAT, Claire; MENO, Michel.Usuários. In:_____. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação**. Brasília: IBICT, 1994. p.481- 491 .

GUEDES, Marina. Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais?#mundodigital. Disponível em:<<http://www.megaportal.com.br/sites/mdigital/2011/05/20/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais/>>. Acesso em: 18 jul. 2014.

HASHTAG (2014) In: **Wikipedia:** a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.Wikipedia.org/wiki/Hashtag>>. Acesso em: 23 jun. 2013

IBOPE. **Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros**.2013 Disponível em:<<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

INSTITUTO Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA). [homepage] Histórico/O Instituto: Disponível em: <<http://ifba.edu.br/institucional/o-instituto.html>>. Acesso em: 18 set. 2012.

INSTITUTO Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA). [homepage] Histórico: Disponível em: <<http://www.portal.ifba.edu.br/institucional/historico.html>> Acesso em:18 set 2012.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA. Fábio. **Sociedade da Informação:** uma estrutura sobre o unbundling nas telecomunicações. In:JAMBEIRO, Othon; SILVA, Helena Pereira da (orgs). *Socializando informações: reduzindo distâncias*. Salvador:Edufba,003 p.180.Disponível em<<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/133>> Acesso em: 26 fev. 2013.

JULIANI, Douglas P. JULIANI, Jordan. P., SOUZA, João A. BETTIO Raphael Winkler. **Utilização das redes sociais na educação**: guia para o uso do Facebook em uma . Disponível em: <Utilização das redes sociais na educação: guia para o uso do Facebook em uma instituição de ensino superior >. Acesso em 12 jun. 2014.

LANCASTER, F. W. **Indexação e resumos**: teoria e prática. 2.ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LEVACOV, Marília. Bibliotecas virtuais: (r) evolução? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 2, 1997. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/390/350> >. Acesso em: 20 jun. 2014.

LUHN, Hans Peter. Selective dissemination of new scientific information with the AID of electronic processing equipment. **American Documentation**, v. 12, p. 131-138, 1961. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.5090120209/abstract>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

LÜDKE, M., ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em Educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: E.P.U., 1986.

LÓGICA–INDUÇÃO: casos particulares se tornam leis gerais. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/logica---inducaoc-casos-particulares-se-tornam-lei-geral.htm>>. Acesso em: 22 jun. 2014

MARTELETO, Regina Maria. Informação, rede e redes sociais- fundamentos e transversalidades. **Informação & Informação**, Londrina, v.12, n. esp. 2007. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1785/1521>> Acesso em: 01 abr. 2013.

_____. Regina Maria. 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.

MARGAIX-ARNAL, Dídac. Las bibliotecas universitarias y *Facebook*: cómo y por qué estar presentes. **El profesional de la información**, v.17, n. 6, novembro-dezembro, 2007 Disponível em: < <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/noviembre/02.pdf> > Acesso em: 22 jul 2014.

MYSPACE. Available at: <<http://www.myspace.com/>>.

IFLA. **Manifesto sobre Internet de la IFLA**. Haia, 2002. Disponível em: <<http://archive.ifla.org/III/misc/im-s.htm>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

MANESS, J. M. Teoria da Biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 17, n.1, p. 43-51, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>>. Acesso em: 11 jun. 2012

MAHMOOD, K; RICHARDSON.Jr, J. V. Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites: Program: **Electronic Library and Information Systems**, 2012, v. 45 n°4 p. 365-375

MILLER, Sarah-Elizabeth; JENSEN, Lauren A. Connecting with students where they are: on *Facebook*. **Marketing libraryservices**v. 21, n. 5, 2007. Disponível em: <<http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=sarahmiller>>. Acesso em: 22 mai. 2013.

MILSTEIN, Sarah. 2009. Twitter for libraries (and librarians). **Computers in Libraries**, v.29, n.5, 17-18, 2009. Disponível em: <<http://www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

NADASQ ;COMSCORE. **Facebook blast top positions in Brazilian Social Networking market following year of tremendous growth, 2012**. Comscore. Disponível em:<http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2012/1/Facebook_Blasts_into_Top_Position_in_Brazilian_Social_Networking_Market> Acesso em: 27 set. 2012.

NUNES, Thiago Crisóstomo Carlos. **Fraturas de caminhos ótimos na rede de Barábasi-Albert**. Dissertação. (Mestrado em Física). Centro de Ciências Exatas e da Terra. Departamento de Física Teórica e Experimental. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, 2012.

NOCETTI, Milton A. Disseminação seletiva da informação: teoria e prática. Brasília: ABDF, 1980.

ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER. **Worldcat**. Disponível em: <<http://www.oclc.org/worldcat.en.html>>. Acesso em: 01 jun. 2014.

PHILLIPS, Sarah. A brief history of *Facebook*. **Guardian**. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia>>. Acesso em: 27 set. 2012.

O'REILLY, Tim. **What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software.** Publicação em: 30 set. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/whatis-web-20.html>>. Acesso em: 03 jul. 2014.

_____ **Web Squared: Web 2.0 Five Years On.** Disponível em: <<http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>> Acesso em 10 jul. 2014.

PEER-TO-PEER (P2P) In: Wikipedia: a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wiki/>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

PEREIRA, Daniel Augustin. **As mídias sociais como estratégia de comunicação em instituições de ensino:** estudo de caso no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. 2011. 255 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas – ESAG, Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC, Florianópolis, 2011.

PRIMAVERA árabe. In: **WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre.** Disponível em: <http://pt.Wikipedia.org/wiki/Primavera_%C3%81rabe>. Acesso em: 23 jun. 2013

QUIVY. Raymond; CAMPENHOUDT. LucVan. **Manual de investigação em Ciências Sociais.** Lisboa: Gradiva, 1998. p. 259-253.

RECUERO, Raquel. **O Digital Trash como Mainstream:** Considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na Internet. 2007 Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/digitaltrash.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2013.

_____ **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet.** Trabalho apresentado no XXVIII INTERCOM, na PUC/RS em Porto Alegre. Setembro de 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121985795651418859729998795470196200751.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2013.

_____ Raquel. **Redes sociais na internet.** Sulina. Porto Alegre, 2010. p.103.

_____ **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais.** Revista Eletrônica do Grupo Ciberpesquisa. Edição 31, agosto de 2003. Disponível em: <http://www.virtual.ufc.br/cursouca/modulo_web2/parada04_cid2/para_saber_mais/webrings.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2013.

_____ **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 172-174.

_____ **Redes sociais e sites de relacionamento:** em busca de comunidades. **ComCiência:** revista eletrônica de Jornalismo.2010 Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=59&id=745>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

REID, E. Hierarchy and Power: Social Control in Cyberspace. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. A. **Communities in Cyberspace.** (orgs) (p.107-133) London: Routledge, 1999

REHMAN, Ata-ur; SHAFIQUE, Farzana. **Use of Web 2.0 and Its Implications for Libraries: Perceptions of Information Professionals in Pakistan.** Disponível em: <<http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/rehman-shafique.htm>> . Acesso em: 13 jul. 2014.

ROBREDO, Jaime. **Documentação de hoje e de amanhã:** uma abordagem informatizada da biblioteconomia e dos sistemas de informação. 2. ed. São Paulo: Global, 2005 p.11

ROBREDO, Jaime. BRASCHER, Marisa. **Passeios pelo Bosque da Informação.** Brasília DF: IBICT, 2010. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/189812/eroic.pdf?sequence=3>>. Acesso em 22 jun. 2014.

ROCHA, Maristela. Da intranet às mídias sociais: um novo paradigma. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde.** v. 10 n.1. Disponível em: <<http://revistas.unincor.br/index.php/revistaunincor/issue/view/48>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa; CARVALHO, Ângela Maria Grossi de. Sociedade da informação: avanços e retrocessos no acesso e no uso da informação. **Informação & Sociedade,** João Pessoa, v. 19, n. 1, p. 45-55, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1782/2687>>. Acesso em: 20 set. 2012.

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

SILVA, Helena P. Inteligência competitiva na internet; um processo otimizado por agentes inteligentes. **Ciência da Informação.** v.32 n.1 p.115-134, jan./abr.2003. Disponível

em:<<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/viewFile/137/1677>>. Acesso em: 12 jun. 2014

SCALE, Mark-Shane. Facebook as a social search engine and the implications for libraries in the twenty-first century. **Library Hi Tech**, 2008, v. 26 n. 4, pp. 540-56.

SOCIALBAKERS. **Parabéns ao Brasil: O segundo maior país em Facebook! Disponível em:**<<http://www.socialbakers.com/blog/529-congratulations-to-brazil-the-2nd-biggest-country-on-facebook>>. Acesso em: 22 ago.2013.

SOUSA, Geraldo M. **Tags: o DNA dos sistemas de recomendação.** Ecommerbrasil. Disponível em: <<http://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/tags-o-dna-dos-sistemas-de-recomendacao/>>. Acesso em: 12 jul.2014.

SOUTO, Leonardo. Disseminação Seletiva da Informação na área da Saúde: o Caso do Web Site Amadeo. **Revista Brasileira de Educação Médica**, São Paulo, 30 (2), p. 4- 13, 2006. Disponível em: <http://w.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-55022006000200002&lng=pt&nrm=iso> Acesso em: 10 jan. 2015.

_____ Disseminação Seletiva de Informações: discussão de modelos eletrônicos. **Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, n. esp., p. 60-74, 1º sem., 2006. Disponível em: < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/330/386>> Acesso em: 14 jan. 2015

SOUZA, Renato R. ALVARENGA, Lídia. A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação. **Ciência da Informação**. v.33, n. 1, 2004. Disponível em:<<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/50/49>>. Acesso em: 10 jan.2015.

SUBRAHMANYAM, K. et al. Online and offline social networks: use of social networking sites by emerging adults. **Journal of Applied Development Psychology**, v.29, n.6, p.420-433, 2008

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics:** como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. **Redes Sociais:** posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli. Florianópolis**, esp., 1º sem. 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>> Acesso em: 16 set. 2012.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da informação**, Brasília, v.34, n.2, p.93-104, 2005.

TITLOW. John Paul. **Facebook Hits 1 Trillion Pageviews**. *Readrwrite*, 2011. Disponível em:<http://readwrite.com/2011/08/24/Facebook_hits_1_trillion_pageviews#awesm=~odd7jkDGnf29Zw>. Acesso em: 31 jul. 2011.

URIBE-TIRADO, Alejandro; ECHAVARRIA-RAMIREZ, Andrés-Felipes. Facebook como red de profesionales de bibliotecología, documentación y archivística en Iberoamérica. **El Profesional De La Informacion**, 2008, v.17. n.6, p.670-676. Disponível em: <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/noviembre/11.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013

VALENTIM, Hugo Duarte. **Para uma compreensão do Mobile Learning**. Reflexão sobre a utilidade das tecnologias móveis na aprendizagem informal e para a construção de ambientes pessoais de aprendizagem. Dissertação (Mestrado) –Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. 2009 Disponível em: <http://run.unl.pt/handle/10362/3123?mode=simple&submit_simple=Mostrar+registo+em+formato+simples>. Acesso em: 10 jan. 2014.

WSCOM ONLINE. **Redes Sociais: Benefícios e riscos**. Disponível em <http://www.wscm.com.br/blog/rui_leitao/post/post/++REDES+SOCIAIS%3A++BENEF%C3%8DCIOS+E+RISCOS-7248> Acesso em 05 nov 2013

WEINBERG, J. **Hardware-Based ID, Rights Management, and Trusted Systems**, *Stanford Law Review*, 2000 v. 52, n. 5, Symposium: Cyberspace and Privacy: A new Legal Paradigm pp. 1251-1281

W3CBRASIL. **Websemântica**. Disponível em:<<http://www.w3c.br/Padroes/WebSemantica>>. Acesso em: 10 jan. 2014

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

WIKI. In: **Wikipedia: a enciclopédia livre**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wiki>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

WEB 3.0.(2014) In: **Wikipedia: a enciclopédia livre**. Disponível em: <http://pt.Wikipedia.org/wiki/Web_3.0>. Acesso em: 12 jul. 2014.

XAVIER DE LA PORTE. Google+ :bienvenuedanslaMatrice.**LeMonde**. Disponível em:
<<http://internetactu.blog.lemonde.fr/2013/06/14/google-bienvenue-dans-la-matrice/>.
Acessoem: 23 jun. 2013

APENDICE A - OFÍCIO**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

Salvador, ____ de _____ de 2013 .

Ao Sr Diretor do Campus:

Assunto: **Solicita autorização para aplicar questionário.**

Senhor Diretor:

Solicito a Vossa Senhoria autorização para que o servidor: Bibliotecário-Documentalista, (Valfredo Lima da Silva, campus Salvador, matrícula SIAP 1538380, telefone 71-93505025, email: valfredo@ifba.edu.br) aplique, nesse campus, questionário, *in loco* ou remota, com bibliotecários (as) sobre o tema: Uso das redes sociais como forma de disseminação da informação em bibliotecas: um estudo de caso no Instituto Federal da Bahia (IFBA). O questionário faz parte do projeto a ser apresentado ao Núcleo do de Pós-Graduação em Administração (NPGA) no Mestrado Profissional em Administração (MPA), Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, em convênio com o IFBA, sob orientação do Prof. Dr. Ernani Marques dos Santos, como pré-requisito para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Respeitosamente,

Valfredo Lima da Silva

APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO

Prezado(a) Bibliotecário(a)

Sua colaboração é muito importante para levantamento de informações que possam contribuir para embasar esta dissertação que tem como objetivo compreender de que forma as ferramentas de redes sociais virtuais (FRSVs) são utilizadas no processo da disseminação da informação nas bibliotecas do IFBA, com o intuito de colaborar com transição da informação para o conhecimento. A dissertação conta com a colaboração dos profissionais da informação do Instituto Federal da Bahia (IFBA).

Será, na medida do possível, preservado o anonimato dos (as) participantes do inquérito em consonância com o protocolo do Comitê de Ética das respectivas unidades, no que se refere à pesquisa com seres humanos.

USO DAS REDES SOCIAIS

1. A biblioteca do seu *campus* utiliza alguma **ferramenta de rede social**?

() Sim

() Não

2. Se positivo, há quanto tempo.

() Até 6 meses

() 6 meses a 1 ano

() Mais de 1 ano

3. Qual a **Ferramenta de Rede Social (FRS)** que você costuma utilizar com mais frequência?

- AskFm
- Delicious
- Facebook
- Flickr
- Google+
- LinkedIn
- MySpace
- Orkut
- Stumbleupon
- Twitter
- Youtube
- WhatsApp
- Outra

4. Você costuma **postar informações** e conteúdos nas redes sociais, se sim, com qual frequência?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Não posta

5. Quais as principais **barreiras e obstáculos** enfrentados na implementação das **ferramentas de redes sociais**?

- Lógica de rede (refere-se à topologia lógica: maneira como os sinais agem sobre os meios de rede, ou a maneira como os dados são transmitidos através da rede a partir de um dispositivo para o outro sem ter em conta a interligação física dos dispositivos).

-)Políticas (Relação institucional entre o servidor e a gestão)
-)Estrutural (Topologia física das redes)
-)Desconhecimento de redes sociais
-)Tecnológicas
-)Bloqueio Institucional

6 Qual categoria do profissional responsável pelo uso (administração) das **ferramentas de rede sociais** em sua biblioteca?

-)Docente
-)Técnico-administrativo
-)Estagiário
-)Terceirizado
-)Outro_____

7 A unidade de informação de seu *campus* tem **incentivado o uso das redes sociais**?

-)Sim
-)Não

8 Se utiliza rede sociais, quais **os benefícios** ou vantagens práticas e imediatas com a interação nestes recursos?

-)Educação
-)Divulgação
-)Disseminação da Informação
-)Interação

9 Há **Política de Informação** para o uso oficial de redes sociais em seu *campus*?

() Sim

() Não

10 Há **recursos tecnológicos** necessários para utilização das redes sociais?

() Sim

() Não

11 Conhece ou interage com alguma biblioteca ou bibliotecário (a) do IFBA que fazem **uso constante das redes sociais?**

() Sim

() Não

() Se sim, em qual Campus _____

1.Barreiras
2.Camaçari/Dias D'Ávila
3.Eunapólis
4.Feira de Santana
5.Ilhéus
6.Irecê
7.Jequié
8.Jacobina
9.Paulo Afonso/Euclides da Cunha, Juazeiro
10.Porto Seguro
11.Salvador/Salinas da Margarida
12.Simões Filho
13.Seabra
14.Santo Amaro
15.Valença
16.Vitória da Conquista/Brumado

12 Os seus colegas bibliotecários (as) consideram ou reconhecem a **importância do uso das redes sociais?**

Sim

Não

13 Participou de **qualificação e capacitação em redes sociais** na sua Instituição.

Sim

Não

14 Utiliza a **rede social** de forma particular, fora do ambiente de trabalho? Não institucional.

Sim

Não

15 Utiliza a **rede social** como canal de comunicação instantânea com objetivos profissionais?

Sim

Não

16 Os **comentários postados**, curtidos e compartilhados pelos usuários são monitorados e acompanhados, tem retorno (feedback) ?

Sim

Não

17 Para você, quais dos critérios mais relevantes na publicação e disseminação de informações nas redes sociais do ponto de vista da indexação.

- Relevância (Capacidade de recuperar itens relevantes e ignorar os irrelevantes)
- Exaustividade (Quantidade de termos usados como descritores de uma informação)
- Precisão (Número de documentos recuperados)
- Marketing Informacional
- Seletividade
- Novidade

18 Qual o seu principal público alvo (amigos) no acesso as ferramentas de rede social

- Alunos
- Docentes
- Tecnicos-Administrativos
- Comunidade Externa
- Bolsistas

19 Quanto tempo (diariamente) costuma gastar na navegação da página preferida da FRS.

- Menos de 5 minuto
- 5-10 minutos
- 11-30 minutos
- Mais de 30 minutos

20 Costuma receber aproximadamente quantos **comentários** na FRS que mais utiliza.

- Abaixo de 20
- Entre 20 e 50
- Acima de 50
- Nenhum

21 Qual tipo de informação que mais dissemina nas redes sociais:

-)Notícias
-)Eventos(Cursos Palestras)
-)Publicidade
-)Vídeos
-)Livros(serviço de alerta)
-)Aplicativos
-)Fotos
-)Enquete (Pesquisa de Satisfação)
-)Outros _____

22 Na sua percepção qual o grau de satisfação no uso das FRS por parte da comunidade (estudantes, técnicos, docentes etc)

-)Alto
-)Regular
-)Baixo

23 Na sua avaliação qual o nível de satisfação dos comentários e curtidas por parte dos bibliotecários

-)Positivo
-)Negativo
-)Neutro

24 Com qual frequência utiliza a Internet em sua biblioteca

-)Diariamente
-)Semanalmente
-)Mensalmente
-)Não usa

25 Qual o número aproximado de comentários e curtidas recebidas nas principais postagens nas FRSs

Abaixo de 5

Entre 5 e 20

Mais de 20

Cordialmente,
Valfredo L. da Silva
Bibliotecário-Documentalista
Campus Salvador

APÊNDICE C
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado (a) e participar do estudo de caso referente ao projeto/pesquisa intitulado: **Uso das redes sociais como forma de disseminação da informação: um estudo de casos nas bibliotecas do IFBA** desenvolvida(o) pelo bibliotecário do Instituto Federal da Bahia, campus Salvador: Valfredo Lima da Silva, SIAP 1538380.

Fui informado (a), ainda, de que a pesquisa é orientada pelo professor Doutor Ernani Marques da Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, em quem poderei contatar e ou consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone de nº 32837309 ou e-mail emarques@ufba.br.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui ainda informado (a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é **compreender a importância do fenômeno das ferramentas de redes sociais virtuais (FRSVs) no processo disseminação da informação em bibliotecas, com o intuito de colaborar com transição da informação para o conhecimento, com a colaboração dos profissionais da informação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia.**

Fui também esclarecido (a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão submetidos às normas éticas destinadas à pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde.

Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista estruturada que poderá ser gravada a partir da assinatura e/ou desta autorização. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo(a) pesquisador(a) e/ou seu(s) orientador(es) / coordenador(es).

Fui ainda informado (a) de que posso me retirar desse (a) estudo / pesquisa / programa a qualquer momento, sem prejuízo para meu acompanhamento ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos.

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa. Diante do exposto, autorizo apresentar os resultados em Congressos, Seminários dentre outros eventos.

(CONEP).

Salvador, ____ de _____ de _____

Assinatura do (a) participante: _____

Assinatura do (a) pesquisador(a): _____

Assinatura do (a) testemunha(a): _____

ANEXO A - Portaria de nº 38, de 11 de junho de 2012

CONSELHO DE DEFESA NACIONAL SECRETARIA EXECUTIVA

PORTARIA Nº- 38, DE 11 DE JUNHO DE 2012

Homologa a Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DO GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, na condição de SECRETÁRIO-EXECUTIVO DO CONSELHO DE DEFESA NACIONAL, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 4º do Decreto nº 3.505, de 13 de junho de 2000, e o inciso IV do art. 1º do Anexo I do Decreto nº 7.411, de 29 de dezembro de 2010, resolve:

Art. 1º Fica homologada a Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR que estabelece as Diretrizes para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal (APF), aprovada pelo Diretor do Departamento de Segurança da Informação e Comunicações, em anexo.

Art. 2º Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

JOSÉ ELITO CARVALHO SIQUEIRA

ANEXO

Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR.

1 OBJETIVO

Estabelecer diretrizes de Segurança da Informação e Comunicações para o uso das redes sociais, nos órgãos e entidades da Administração Pública Federal (APF), direta e indireta.

2 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

2.1 O fenômeno das redes sociais é uma realidade mundial. No Brasil, o seu uso vem crescendo exponencialmente, inclusive nos órgãos e entidades da APF, como uma ferramenta para aproximarem-se ainda mais do cidadão brasileiro e prestar atendimento e serviços públicos de forma mais ágil e transparente, em consonância com os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2.2 Essa nova realidade de interação e comunicação entre as pessoas, empresas, órgãos e entidades públicas e privadas, quando não utilizada com critérios bem definidos pode trazer riscos à Segurança da Informação e

Comunicações (SIC), comprometendo a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade dos ativos de informação da APF.

2.3 Assim, urge a necessidade de o Estado brasileiro construir parâmetros de segurança que orientem a conduta dos órgãos e entidades da APF no uso das redes sociais, respeitada a legislação vigente e a respectiva Políticas de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) de cada órgão e entidade.

3 FUNDAMENTO LEGAL DA NORMA COMPLEMENTAR

Conforme disposto n° inciso II do art. 3° da Instrução Normativa n° 01, de 13 de junho de 2008, do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSIPR), compete ao Departamento de Segurança da Informação e Comunicações (DSIC), estabelecer normas definindo os requisitos metodológicos para implementação da Gestão de Segurança da Informação e Comunicações pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal.

4 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Para os efeitos desta Norma Complementar, aplicam-se os seguintes termos e definições:

4.1 Administrador de Perfil Institucional: agentes públicos que detenham autorização do responsável pela área interessada para administrar perfis institucionais de um órgão ou entidade da APF nas redes sociais.

4.2 Agente Responsável: servidor público ocupante de cargo efetivo ou militar de carreira de órgão ou entidade da Administração Pública Federal, direta ou indireta, incumbido da gestão do uso seguro das redes sociais.

4.3 Ativos de informação: os meios de armazenamento, transmissão e processamento, os sistemas de informação, bem como os locais onde se encontram esses meios e as pessoas que a eles têm acesso.

4.4 Autenticidade: propriedade de que a informação foi produzida, expedida, modificada ou destruída por uma determinada pessoa física, ou por um determinado sistema, órgão ou entidade.

4.5 Comitê de Segurança da Informação e Comunicações: grupo de pessoas com a responsabilidade de assessorar a implementação das ações de segurança da informação e comunicações no âmbito do órgão ou entidade da APF.

4.6 Confidencialidade: propriedade de que a informação não esteja disponível ou revelada a pessoa física, sistema, órgão ou entidade não autorizado e credenciado.

4.7 Disponibilidade: propriedade de que a informação esteja acessível e utilizável sob demanda por uma pessoa física ou determinado sistema, órgão ou entidade.

4.8 Gestor de Segurança da Informação e Comunicações: responsável pelas ações de segurança da informação e comunicações no âmbito do órgão ou entidade da APF.

4.9 Integridade: propriedade de que a informação não foi modificada ou destruída de maneira não autorizada ou acidental.

4.10 Perfil institucional: cadastro de órgão ou entidade da APF como usuário em redes sociais, alinhado ao planejamento estratégico e à Política de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) da instituição, com observância de sua correlata atribuição e competência.

4.11 Política de Segurança da Informação e Comunicações (PO- SIC): documento aprovado pela autoridade responsável do órgão ou entidade da APF, com o objetivo de fornecer diretrizes, critérios e suporte administrativo à implementação da segurança da informação e comunicações.

4.12 Redes sociais: estruturas sociais digitais compostas por pessoas ou organizações conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.

4.13 Segurança da Informação e Comunicações: ações que objetivam viabilizar e assegurar a disponibilidade, a integridade, a confidencialidade e a autenticidade das informações.

4.14 Termo de Responsabilidade: termo assinado pelo usuário concordando em contribuir com a disponibilidade, a integridade, a confidencialidade e a autenticidade das informações que acessar, bem como assumir responsabilidades decorrentes de tal acesso.

4.15 Usuários: servidores, terceirizados, colaboradores, consultores, auditores e estagiários que detenham autorização do responsável pela área interessada para acesso aos ativos de informação de um órgão ou entidade da APF, formalizada por meio da assinatura do Termo de Responsabilidade.

4.16 Vulnerabilidade: conjunto de fatores internos ou causa potencial de um incidente indesejado, que podem resultar em risco para um sistema ou organização, os quais podem ser evitados por uma ação interna de segurança da informação.

5 PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

5.1 A presente Norma Complementar (NC) tem como foco o uso institucional das redes sociais nos aspectos relacionados à Segurança da Informação e Comunicações. O órgão ou entidade da APF pode, a seu critério, expandir a abrangência de sua Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais para ações que vão além da SIC, como por exemplo, estratégia de comunicação social e processo de gestão de conteúdo, dentre outras.

5.2 A normatização interna de uso seguro das redes sociais deve estar alinhada tanto à Política de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) quanto aos objetivos estratégicos do órgão ou entidade. Também deve estabelecer diretrizes, critérios, limitações e responsabilidades na gestão do uso seguro das redes sociais, por usuários que tenham permissão para administrar perfis institucionais ou que possuam credencial de acesso para qualquer rede social, a partir da infraestrutura das redes de computadores da APF.

5.3 A Norma Interna do órgão ou entidade da APF também deve considerar os requisitos legais de segurança da informação e comunicações em vigor, especialmente as Normas Complementares NC 04/IN01/DSIC/GSIPR, que trata sobre a Gestão de Riscos de Segurança da Informação e Comunicações; NC 06/IN01/DSIC/GSIPR, sobre a Gestão de Continuidade de Negócios em Segurança da Informação e Comunicações; NC 07/IN01/DSIC/GSIPR sobre Controles de Acesso Relativos à SIC e NC 08/IN01/DSIC/GSIPR, que estabelece Diretrizes para Gerenciamento de Incidentes em Redes Computacionais nos órgãos e entidades da APF no que couber, bem como novas Normas Complementares do GSI referentes à SIC para a Administração Pública Federal.

5.4 Perfis institucionais mantidos nas redes sociais devem, preferencialmente, ser administrados e gerenciados por equipes integradas exclusivamente por servidores ou empregados públicos federais ocupantes de cargo efetivo ou militar de carreira, de órgão ou entidade da APF. Quando não for possível, a equipe pode ser mista, desde que sob a coordenação e responsabilidade de um servidor ou empregado público.

5.5 É vedada a terceirização completa da administração e da gestão de perfis de órgãos e entidades da APF nas redes sociais, assim entendida a terceirização que viole o disposto no item anterior.

5.6 O órgão ou entidade da APF deve nomear um servidor público, ocupante de cargo efetivo ou militar de carreira, para a função de Agente Responsável pela gestão do uso seguro de cada perfil institucional nas redes sociais, com o seguinte perfil profissional: capacidade de estabelecer bons relacionamentos interpessoais, de interagir e dialogar com as demais áreas presentes nas redes sociais, proativo e, principalmente, que conheça e entenda o negócio do órgão ou entidade da APF a que esteja vinculado.

6 RESPONSABILIDADES

6.1 Cabe à Alta Administração aprovar as diretrizes estratégicas alinhadas à SIC, que norteiam o uso seguro das redes sociais do órgão ou entidade da APF de sua responsabilidade;

6.2 Cabe ao Comitê de Segurança da Informação e Comunicações, de cada órgão ou entidade analisar a Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais e submeter à aprovação da Alta Administração.

6.3 Cabe ao Gestor de Segurança da Informação e Comunicações:

6.3.1 Propor diretrizes estratégicas de Segurança da Informação e Comunicações (SIC) para a gestão do uso seguro das redes sociais.

6.3.2 Fomentar o fortalecimento da cultura de Segurança da Informação e Comunicações do órgão ou entidade da Administração Pública Federal de sua responsabilidade, no que diz respeito ao uso seguro das redes sociais;

6.4 Cabe ao Agente Responsável:

6.4.1 Gerir, acompanhar e analisar, de forma contínua, o uso seguro das redes sociais pelo órgão ou entidade da APF;

6.4.2 Verificar se a Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais está sendo seguida pelo órgão ou entidade;

6.4.3 Atuar como parceiro institucional no fortalecimento da cultura de SIC no uso seguro das redes sociais em seu órgão ou entidade, bem como no planejamento e apoio às ações de segurança da informação e comunicações cabíveis nesse contexto.

7 – VIGÊNCIA

Esta Norma Complementar entra em vigor na data de sua publicação.