

ARTIGO

Recebido em:
13/11/2013

Aceito em:
28/03/2014

Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 19, n. 39, p. 113-132, jan./abr., 2014. ISSN 1518-2924. DOI: 10.5007/1518-2924.2014v19n39p113

As mídias sociais de olho na CI na perspectiva da disseminação da informação

The social media "keep an eye on CI" (de olho na ci) within the dissemination of information

Aline Poggi Lins LIMA¹

Isa Maria FREIRE²

RESUMO

Esta comunicação apresenta resultados obtidos em pesquisa-dissertação desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba. A pesquisa abordou o Blog de olho na CI na perspectiva das mídias sociais da rede Internet como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na Internet (RSI) e meio de disseminação de informação. O objetivo foi analisar como se processa a disseminação da informação de interesse para os profissionais da informação através destas mídias sociais, a partir de uma da pesquisa descritiva, utilizou como instrumentos de coleta dos dados as técnicas da observação participante e o diário de campo. A análise dos dados foi documental, relacionada ao contexto da pesquisa na internet. Diante da pesquisa, observou-se que se pode comprovar o crescimento do blog De olho na CI na rede internet e entre profissionais da informação, crescimento que se estende a outras mídias sociais, Twitter e Facebook.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias sociais. Blog. Profissionais da Informação. De olho na CI.

ABSTRACT

This report displays results got by the research- dissertation developed in the program of post graduation in the science of information at Federal University in Paraíba state, Brazil. The research accomplished the blog "keep an eye on CI" (De olho na CI) in a perspective of social media on the internet as capable sources to develop Social Webs on the Internet (SWI) and also a way of dissemination of information for professionals who are interested through this social media, from a descriptive research, we used as data gathering the watching techniques from participants and the field diary. The analyzed data were documental type, it had relation with the content of subject on the internet. Thus we observed that we can testify the growing of the blog (De olho na CI) on the internet and among professionals of information, growth that spreads to other social media such as: Twitter and Facebook.

KEYWORDS: Social media. Blog. Professionals of information. De olho na CI.



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Universidade Federal da Paraíba - alinepoggi@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba - isafreire@globo.com

1 INTRODUÇÃO

Na era da informação e da nova economia globalizada são profundas as mudanças no modo de a sociedade se organizar e de interagir socialmente. Há uma nova sociabilidade baseada numa dimensão virtual que transcende o tempo e o espaço. A relevância da *internet* para a sociedade atual, sociedade da informação, é tão significativa que Castells (2004), em “Galáxia da *Internet*”, a define como sendo “o tecido de nossas veias”. Há uma relação muito forte com as tecnologias digitais e com o mundo virtual.

As informações passam a ser recebidas em tempo real, portanto, o universal e o “mundializado” se sobrepõem ao singular, podendo considerar a penetrabilidade das tecnologias da informação, um dos principais indicadores de desenvolvimento da sociedade da informação. Pinho Neto (2010, p. 2) contribui assinalando que “[...] a utilização das tecnologias de informação e comunicação na vida cotidiana é apontada como responsável por novas formas de interação entre as pessoas, o que implicaria num redimensionamento das funções e dos papéis sociais”. O compartilhamento de informações e conhecimento se torna uma constante, tanto pela sua agilidade como flexibilidade, pois os indivíduos nelas situados gostam de trocar ideias e compartilhar o que sabem, além de promover ações entre os atores sociais e a sociedade, uma reconstrução da prática da cidadania.

Os fluxos de informação para esta pesquisa se constituiu em elemento fundamental para os ambientes informacionais [mídias sociais], pois toda ação tem origem na informação, que por sua vez resulta em uma nova informação. No delinear da pesquisa objetivamos descrever a estrutura, processos e conteúdos das mídias sociais De olho na CI, observando suas interações e acessos existentes dentro dessas mídias sociais, parte desses resultados estão expostos no decorrer desta comunicação. Acreditamos, portanto, que a pesquisa em questão demonstrou a importância das mídias sociais na web como fontes de informação para os profissionais da informação, podendo gerar ganhos aos seus usuários, os quais delas se utilizam para adquirir informações profissionais.

2 WEB 2.0: EVOLUÇÃO PARA A SOCIABILIDADE

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

Maness (2006) salienta que o termo *Web 2.0* em si não é uma *Web* de publicação textual, mas, sim, uma rede de comunicação multissensorial, por ser uma matriz de diálogos e não uma coleção de monólogos, devido às possibilidades de cooperação e interatividade³ entre os usuários. Primo (2007, p. 2) define a *Web 2.0* como sendo:

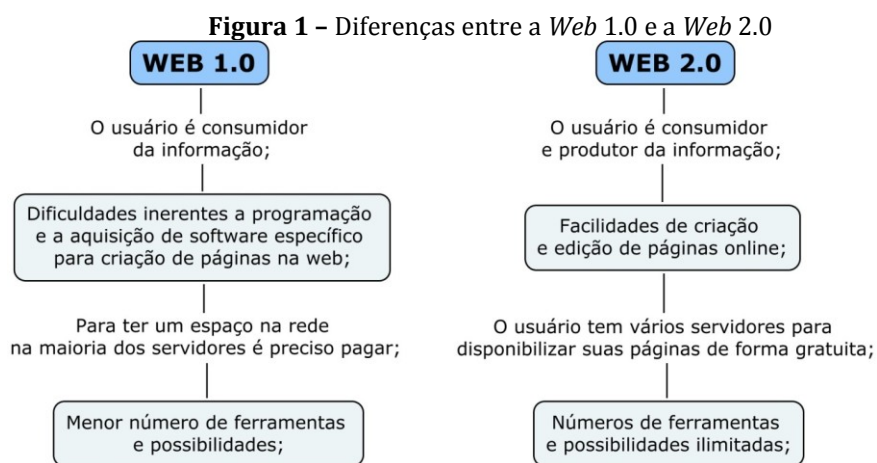
[...] a segunda geração de serviços online [que se caracteriza] por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação⁴ entre os participantes do processo.

Para o autor, a *Web 2.0* tem seu aspecto relacional voltado à coletividade, constituindo-se em um espaço de troca, produção e circulação de informações. Primo (2007, p. 2) frisa, ainda, que a *Web 2.0* permeia princípios fundamentais à sua existência, entre eles "trabalhar a *Web* como uma plataforma, isto é, viabilizando funções *on-line* que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um computador". Em seu texto "*What is Web 2.0?*", O'Reilly (2005) aponta que uma das características mais elogiadas dessa plataforma, à época, era a ascensão dos *blogs*, ainda em sua forma mais básica, como diário pessoal em organização cronológica. O autor acredita, ainda, que os serviços desta plataforma tornam-se melhores quanto mais pessoas o usarem.

³ Entende-se interatividade como a possibilidade do uso da informação de forma contínua e ainda a comunicação como uma fonte, de forma que se obtenham respostas do sistema, seja este humano ou eletrônico (TOMAEL, 2009).

⁴ Para Primo (2003), a interação é a ação entre os participantes, é a relação estabelecida pelos participantes.

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



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

Na figura acima, podemos observar as potencialidades advindas da *Web 2.0* e sua evolução, destacando que peculiaridades antes vistas como barreiras para os usuários, agora se tornavam facilidades e possibilidades ilimitadas. A *Web 1.0* era bastante onerosa: a maioria dos seus serviços era pago e controlado por licenças, enquanto a *Web 2.0* propiciava a livre expressão e comunicação. De fato, a partir dessa mudança, as pessoas passaram a produzir os seus próprios documentos, comentários e a publicá-los direto na rede, sem a necessidade de grandes conhecimentos de programação [html] ou tecnologias sofisticadas de informática.

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

a primeira proporciona tecnologias que tornam mais fácil a disponibilização de informações, a interação, colaboração e socialização na rede. Os autores Coutinho e Bottentuit Júnior (2007) listaram as principais características da *Web 2.0*, que podem ser observadas no quadro abaixo:

Quadro 1 – Principais características da *Web 2.0*

Interfaces ricas e fáceis de usar
Gratuidade, na maioria dos sistemas disponibilizados.
Maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas <i>on-line</i> .
Vários usuários podem acessar a mesma página e editar as informações.
As informações mudam quase que instantaneamente.
Os sistemas passam a ser atualizados e corrigidos a todo instante, trazendo grandes benefícios para os usuários.
A atualização da informação é feita de forma colaborativa e se torna mais viável com o crescimento do número de pessoas que acessam e atualizam o sistema

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

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

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

2.1 Disseminando informação na Rede

O uso das tecnologias de informação está cada vez mais presente no cotidiano da vida social dos indivíduos. A facilidade e agilidade no manuseio de *smartphones, notebooks* e das próprias mídias e redes sociais fazem com que inúmeras pessoas estejam conectadas ao mesmo tempo, em diferentes espaços,

trocando informações e conhecimento mutuamente, de forma dinâmica e veloz. Devido ao surgimento da *internet*, as pessoas podem disseminar informações de forma mais rápida e interativa. Para Recuero (2009) a partir desse fenômeno, as pessoas buscam os meios de comunicação, bem como as mídias sociais, para interagir com outras pessoas, criando redes sociais na *internet* e proporcionando a disseminação da informação dentro da *web*.

No que se refere à disseminação da informação, Lara e Conti (2003, p. 26) registram que “[...] disseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição”. Para esses autores, a noção de disseminação é interpretada muitas vezes como difusão e divulgação. Contextualizando, os autores acentuam que “[...] falar em transferência da informação via serviços de disseminação de informações – distribuição física ou virtual de documentos e dados – supõe considerar que os benefícios dessa ação se relacionam diretamente às possibilidades de geração do conhecimento” (LARA; CONTI, 2003, p. 27).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Os *blogs* e suas mídias sociais já são considerados como importantes tecnologias de comunicação e disseminação da informação. Segundo, Freire e Farias e Costa Junior (2011, p. 2), disseminar informação no contexto do *Blog* De

olho na CI envolve “[...] selecionar e tornar público informações passíveis de gerar conhecimento e atrair a atenção dos usuários, para o que acontece na área da CI no Brasil e no mundo”. Os autores acreditam ainda que:

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

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

Para Freire (2001, p. 8), o grande desafio do profissional da informação [cientistas da comunicação e informação] continua sendo o de “[...] produzir conhecimentos que ampliem as possibilidades de acesso à informação para todos os grupos sociais, ajudando a construir uma sociedade da globalidade, mais justa e solidária”, atuando como facilitadores na comunicação da informação, utilizando-se das tecnologias digitais de comunicação para adquirir conhecimento e disseminando informação de interesse para a sociedade, além de proporcionar que pesquisadores e profissionais da informação utilizem as TICs para capacitação profissional.

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

público-alvo observando de que forma as informações são disseminadas e chegam até eles, tornando o que antes era intangível, em tangível.

3 MÍDIAS SOCIAIS E SUAS FUNÇÕES INFORMATIVAS

Diante do avanço das novas tecnologias ocorridas na sociedade da informação, o ser humano utiliza tais meios de comunicação para apropriar-se de informações. Para Telles (2011, p. 177) “[...] o desenvolvimento da tecnologia acelerou o processo de globalização e vice-versa, promovendo um ciclo contínuo e irreversível, capaz de alterar culturas, sociedades e o próprio homem”.

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

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

Segundo este autor, a mídia social possibilita a construção de um espaço de discussão, de compartilhamento e produção de informação relevante para a sociedade, criando um ambiente de melhoria da qualidade informativa. Assim como Lima Junior, Recuero (2009, p. 102) afirma que as mídias sociais [*Facebook*, *Twitter* e *blog*, estudados nesta pesquisa] são tecnologias de CMC utilizadas de modo a permitir que se expressem as redes sociais suportadas por elas, ou seja, “[...] *sites* de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na *internet*”. As mídias sociais possuem, de acordo com Recuero (2008), características especiais que as diferenciam das demais tecnologias de comunicação. Veja abaixo:

Quadro 2 – Algumas características das mídias sociais

<p>Conversaço: Mídia social é conversaço. Mais do que a mera participaço, ela permite que os atores possam engajar-se de forma coletiva, através da cooperaço. A possibilidade de conversaço síncrona ou assíncrona é uma característica desse tipo de ferramenta.</p>
<p>Diversidade de Fluxos de Informaçõs: A mídia social permite que vários fluxos de informaçõs diferentes circulem através das estruturas sociais estabelecidas nela. Eles podem ser, inclusive, opostos e podem gerar mobilizaço social. Essa diversidade é uma característica desse tipo de mídia, consequência direta da Sociedade da Informaçõ e das trocas sociais dos atores.</p>
<p>Emergência de Redes Sociais: A mídia social possibilita a emergência de redes sociais através de sua apropriaço e conversaço. Isso se deve ao fato de ela permitir que os rastros da interaçõ fiquem visíveis, bem como que a interaçõ seja estendida no tempo e que as redes sociais sejam mais observáveis.</p>
<p>Emergência de Capital Social Mediado: A mídia social possibilita que novas formas de capital social surjam e sejam apropriadas. Ela permite também, a criaço de valores coletivos e individuais mais facilmente perceptíveis pelos atores da rede.</p>

Fonte: Adaptado de Recuero (2008).

Em seu texto *Mídia x Rede social*, Recuero (2010) enfatiza detalhadamente seu posicionamento quanto ao termo mídias sociais e a relação destas tecnologias com a disseminação da informação. A autora aponta que as mídias sociais são:

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

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

Para Recuero (2009a, p. 25) “rede social é gente, é interação, é troca. É um grupo de pessoas compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura da rede”, na qual a mídia social surge como a estrutura que comporta essa ação. A autora destaca que as tecnologias de redes sociais na *internet* [aqui nomeadas de mídias sociais] proporcionam conexões para as pessoas, mas ainda são as pessoas que constroem essas redes sociais. Para tanto, o *facebook*,

twitter, Orkut, blogs, sites, e outros, são suportes para as interações que constituem as redes sociais, e não a rede social em si, pois, não existe rede social sem pessoas. Na prática, para que exista rede social dentro de uma mídia social, é necessário que exista uma rede de relações sociais entre os atores sociais e uma interação por meio dessas mídias.

4 OS BLOGS E SUA FUNÇÃO INFORMATIVA

Os *blogs* são as tecnologias da *Web 2.0* mais conhecidas e utilizadas para a comunicação global. Em síntese, possuem uma arquitetura de informações básicas e podem ser caracterizados por atualizações em ordem cronológica inversa. Há também a possibilidade de comentários, fóruns de discussões e *blogroll* (lista de *links* de interesse), inserção de fotos e vídeos. Qualquer usuário hoje pode criar, editar e publicar conteúdo na *internet*.

Pesquisando sobre a origem do termo *blog* ou *weblog* e sobre seu surgimento, encontramos muitas informações divergentes quanto à sua data de criação apresentada por diversos autores consultados em nossa pesquisa. Gomes (2005) atribui a criação do primeiro *blog* a Tim Berners-Lee, o inventor da *World Wide Web*, embora o termo *weblog* não ter sido cunhado pelo mesmo. Esta página já possuía três das características essenciais de um *blog*: autoria pessoal, apresentação cronológica inversa (do mais recente para o mais antigo) e publicação numa página acessível através de um *browser* a qualquer pessoa com acesso à *internet*. Para Civallero (2006), os *blogs* constituem um dos locais mais dinâmicos da *internet* e são os que mais produzem e difundem informações, através de uma arquitetura específica que envolve a publicação de uma opinião, uma ideia, um acontecimento.

De forma simples, Primo e Recuero (2003, p. 57) explicam como se dá a arquitetura dos blogs. Para eles, esta mídia social traz “a construção de uma rede de relações, construções e significados”. Por exemplo, o leitor de um texto é convidado a verificar a sua fonte, através de um *link* inserido na página e observa a discussão em torno do assunto, por meio dos comentários de outros usuários. É convidado, ainda, a ler outros textos que tratam do mesmo assunto

em outros *blogs* ligados ao principal e pode, inclusive, fazer suas próprias relações, através de uma participação ativa como comentarista ou como *blogueiro*, em seu próprio *blog*.

Assim, os *blogs* constituem um ambiente que impulsiona o debate e a troca de informações. Os autores Primo e Recuero (2003, p. 56) comentam que “os weblogs, portanto, não foram criados com o fim exclusivo de servirem como “diários eletrônicos”, mas simplesmente como formas de expressão individual”.

Para Santos e Rocha (2012), no caso da Biblioteconomia e Ciência da Informação (CI), os *blogs* têm sido utilizados por alguns profissionais e instituições para disseminar informações e permitir maior interação entre as unidades de informação e seus usuários. Na atualidade, os *blogs* não se restringem aos registros de informações pessoais [diários].

Dada essa evolução das tipologias, as autoras Alcará e Curty (2009, p. 82) evidenciam que: “[...] os *blogs* evoluíram para a condição de fonte de informação, pois deixaram de ser considerados de forma restritiva como meros diários pessoais para assumir uma nova função informativa”. Tornando-se assim, um meio capaz de disseminar informação e conhecimento, que aliado às mídias sociais *Facebook* e *Twitter*, são capazes de auxiliar na transmissão e no alcance de um número maior de leitores. Para tanto, na seção a seguir descreveremos parte da pesquisa-dissertação a qual demonstra a função informativa exercida pelo blog De olho na CI.

5 O DELINEAR DA PESQUISA

O *blog* De olho na CI foi criado em 13 de agosto de 2010 pela Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), com a missão de promover maior aproximação entre seu público-alvo e os acontecimentos nos campos da CI, Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Memória Social. A PBCIB possui um corpo editorial renomado composto por Isa Maria Freire (editora-chefe), Gustavo Henrique Freire e Vania Hermes de Araujo.

E como editores-gerentes estão Pablo Matias Bandeira e Maurício Pereira da Costa Junior, graduandos em Biblioteconomia pela UFPB. É um projeto de extensão que acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LTI da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Devido a tal crescimento, o *blog* De olho na CI conseguiu em 2011 o seu ISBN nº. 383-6651-52-4, um grande marco para o *blog*, que passou então, a ter um registro internacional.

Figura 2 – Interface virtual do blog De olho na CI – Página inicial



Fonte: www.deolhonaci.com, 2014.

5.1 Procedimentos Metodológicos

Em virtude de ser um tema ainda pouco explorado, sobretudo no âmbito da CI, as perspectivas metodológicas foi adotada uma abordagem qualitativa por enfatizar a comunicação do pesquisador com o campo e seus membros como parte inerente ao processo de produção do conhecimento. Optamos por uma pesquisa descritiva, por identificar as características de um determinado problema ou questão e descrever o comportamento dos fatos e fenômenos (MUELLER, 2007). De caráter bibliográfico, por se tratar de uma pesquisa elaborada a partir de materiais já publicados, como livros, artigos científicos, materiais publicados na *internet*, etc.

O universo estudado correspondeu aos atores sociais participantes das mídias sociais. De olho na CI, suas interações e correlações dentro dessas mídias. O período da coleta de dados deu-se de março de 2012 a janeiro de 2013. No que se refere aos instrumentos de pesquisa utilizados para a coleta dos dados de forma eficiente, decidimos por três: as **técnicas da observação participante**, que nos permitiu um maior acesso e uma ampla visão do fenômeno estudado; **diário de campo**, no qual foram relatadas, mediante visitas virtuais, todas as movimentações onde ficaram registradas virtualmente e depois transcritas em formas de gráficos e mapas conceituais; e **interações dos atores sociais** bem como suas relações, quantitativos de acessos e novos usuários, por exemplo. A partir da observação participante, detalhamos o andamento da pesquisa mediante o diário de campo, chamado de diário virtual. Procuramos, com a observação, acompanhar o desempenho das quantidades de acessos, interações e visitas.

O uso de tecnologias de métricas e monitoramentos foi imprescindível para nossa pesquisa. Durante a investigação utilizamos o Klout e o Google Analytics. A primeira calcula a influência, e mede a interação existente entre as pessoas dentro da rede. A segunda mede e monitora acessos, visitas e interações.

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

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

Para o autor, não é nenhuma surpresa que a *internet* tenha sido descoberta como objeto de pesquisa, mas também como uma ferramenta a ser usada para a pesquisa (FLICK, 2009), pois, os dados ali contidos, sejam estatísticos, rascunhos, notas, páginas, são documentos utilizados para uma investigação.

5.2 Apresentando Resultados

O *blog* De olho na CI encontra-se disponível dentro da plataforma *Webnode*⁵ especializada em construção de *websites* e *blogs*, funcionando à base de *drag-and-drop*, também conhecido como “arraste e largue”. Dentro da plataforma é disponibilizada uma página pré-formatada com recursos básicos para a construção do *blog*, editoração de notícias, comentários, *links*, imagens e vídeos. Este construtor é uma ferramenta que possibilita o desenvolvimento de *sites* e, também, oportuniza a produção de *blogs*, de forma livre e em tempo real.

De acordo com a pesquisa as seções mais visitadas no blog são Notícias e Ensaios. A seção **Notícias** é uma das mais atualizadas do *blog*, pois traz informes colhidos nas suas fontes de informação confiáveis, principalmente por estarem sempre atualizadas. Consideramos na pesquisa como fontes confiáveis ou de qualidade, aquelas que para Tomaél (2009, p.7):

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

O *blog* reúne os mais diversos assuntos atuais, com foco no público-alvo do De olho na CI. A produção de notícias ocorre diariamente bem como a sua postagem. Após a edição da notícia, a mesma é encaminhada ao editor adjunto, que faz sua postagem na plataforma *Webnode*. A notícia final contém as informações necessárias aos leitores, fonte de pesquisa e/ou *link* da página que originou a notícia. A seção **Ensaios** é constantemente atualizada e possui mais de 40 textos publicados. Traz em sua maioria, relatos de experiências sobre projetos, participação em eventos, vivências em órgãos institucionais.

⁵ Disponível no site <http://www.webnode.com.br/>

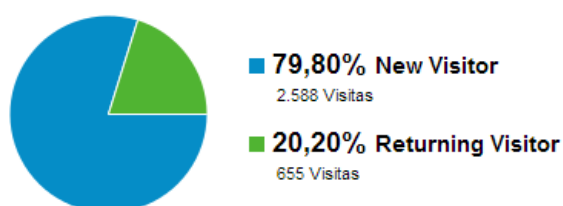
Tem como autores os bolsistas PIBIC, PIVIC, CAPES, mestrandos, doutorandos e professores, não só do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, mas também de outras instituições.

O processo de produção das notícias e os textos em forma de Ensaio traduz o aspecto informacional demonstrado pelo blog. De acordo com a pesquisa, as temáticas que são mais acessadas, procuradas e onde há mais interações entre os usuários e a *fanpage* e entre os profissionais da informação são notícias sobre aberturas de editais em concursos públicos, lançamentos de novas edições de revistas científicas, eventos e congressos científicos, cursos e palestras, submissões de artigos e trabalhos científicos.

Observou-se ainda que, após dois anos de sua criação, o De olho na CI já ultrapassou a marca de 130.000 visitas. Em agosto de 2011, comemoramos o marco de 3 mil visitantes únicos e agora, já contabilizamos mais de 14 mil, demonstrando o crescimento do blog e aumentando nosso estímulo para novos projetos de compartilhamento da informação na Web, de modo a atender ao nosso público-leitor: os pesquisadores e profissionais da informação.

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

Figura 3 - Dados de visitas ao blog pelo Google Analytics



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Cada vez mais, pode-se observar o crescimento do blog, mediante o aumento crescente de visitas e do retorno dos mesmos a página, além da sua importância dentro do meio acadêmico, como fonte de subsídios para os profissionais da informação que utilizam esta ferramenta para capacitar-se e para disseminar informação na rede internet.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos discorrer neste espaço parte da pesquisa desenvolvida, no entanto, toda a investigação partiu do interesse em conhecer melhor o público-leitor. Quem são eles, seus anseios, interesses, o que buscam ao acessar a rede internet e suas mídias sociais. Partimos, então, para desvendar o blog De olho na CI, com o intuito de conhecer cada processo, estruturas, seções, ações, editores, colaboradores e suas fontes. Além disso, tivemos, também o objetivo de desenhar o perfil dos seus usuários, as interações e acessos dos mesmos, dentro das mídias sociais De olho na CI: blog, twitter e facebook, unindo-se à busca por analisar o processo de disseminação da informação de interesse para os pesquisadores e profissionais da informação através dessas mídias sociais.

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

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

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

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, G. A. Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. 184f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência da Informação), São Paulo, 2012.
- ALCARÁ, A. R.; CURTY, R. G. Blogs: dos diários egocentristas aos espaços de comunicação científica. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). **Fontes de Informação na net**. Paraná: Eduel, 2009.
- ALEXANDER, B. (2006) Web 2.0: A new wave of innovation for teaching and learning? **EDUCAUSE Review**, vol. 41, no. 2 (March/April 2006): 32-44.
- ____; RECUERO, R.; MONTARDO, S. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- ARAÚJO, V.M.R.H. de; FREIRE, I.M. Conhecimento para o desenvolvimento: reflexões para o profissional da informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.9, n.1, jan./jul.1999.
- CASTELLS, M. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- CIVALLERO, E. Cuadernos de bitácoras: los weblogs como herramientas de trabajo de las bibliotecas [em linha]. [S.l.]: **E-LIS**, 2006. Disponível na Internet em: <http://eprints.rclis.org/archive/00006747/01/Weblog.pdf>. Acesso em: 12 de set. de 2012.
- COUTINHO, Clara Maria Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blog e Wiki: os futuros professores e as ferramentas da Web 2.0. In: IX Simpósio Internacional de Informática Educativa (SIIE 2007), 2007, Porto. **Anais...** Porto - Portugal: Instituto Politécnico do Porto, 2007. p. 199-204.
- CURTY, R.G. Web 2.0: plataforma para o conhecimento coletivo. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). **Fontes de informação na internet**. Londrina: Eduel, 2008. p. 53-78.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FREIRE, I. M. A responsabilidade social da ciência da informação e/ou O olhar da consciência possível sobre o campo científico. 2001. 166f. **Tese** (Doutorado em Ciência da Informação). Convênio CNPq/IBICT – UFRJ/ECO, Rio de Janeiro, 2001.
- ____. A responsabilidade social da Ciência da Informação na perspectiva da consciência possível. **DataGramZero**, v.5, n.1, fev, 2004. Disponível em: http://www.dgz.org.br/fev04/Art_02.htm. Acesso em: 20 de dez. de 2012.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

____; F. T.; RECUERO, R. C. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.º 22, dez., 2003. Acesso em: 19 de nov. de 2012. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/view/233/177>

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

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

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

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

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

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

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

____ et. al. Fontes de informação na internet: acesso e avaliação das disponíveis nos sites de universidades. 2000. **Anais eletrônicos...** Disponível em: [HTTP://snbu.bvs.br/snbu2000/parallel.html](http://snbu.bvs.br/snbu2000/parallel.html). Acesso em: 31 jul. 2012.

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

WERSIG, G., NEVELING, U. The phenomena of interest to information science.